

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

TATIANA ROQUETTE TEITELROIT

BRINCANDO DE CASINHA:
subjetivação e o olhar fotográfico-performático de Suzanne Heintz

Rio de Janeiro

2017

TATIANA ROQUETTE TEITELROIT

**BRINCANDO DE CASINHA:
subjetivação e o olhar fotográfico-performático de Suzanne Heintz**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof^a Dr^a. Beatriz Jaguaribe de Mattos

Rio de Janeiro

2017

CIP - Catalogação na Publicação

Tt265b Teitelroit, Tatiana Roquette
BRINCANDO DE CASINHA: subjetivação e o olhar
fotográfico-performático de Suzanne Heintz /
Tatiana Roquette Teitelroit. -- Rio de Janeiro,
2017.
131 f.

Orientadora: Beatriz Jaguaribe de Mattos.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, 2017.

1. Bonecas. 2. Fabulação. 3. Estranhamento. 4.
Memória. 5. Sátira. I. Jaguaribe de Mattos, Beatriz,
orient. II. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO DE JANEIRO

UFRJ



ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Comunicação

**ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
APRESENTADA POR TATIANA ROQUETTE TEITELROIT NA
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO DA UFRJ**

Aos vinte dias do mês de junho de dois mil e dezessete, às 18 horas e 30 minutos, na sala 142 da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, foi apresentada a dissertação de mestrado de Tatiana Roquette Teitelroit, intitulada: "**Brincando de casinha: subjetivação e o olhar fotográfico-performático de Suzanne Heintz**", perante a banca examinadora composta por: Beatriz Jaguaribe de Mattos [orientador(a) e presidente], Maria Cristina Franco Ferraz e Maria Paula Sibília. Tendo o(a) candidato(a) respondido a contento todas as perguntas, foi sua dissertação:

aprovada reprovada aprovada mediante alterações

E, para constar, eu, Rodrigo Lessa, lavrei a presente ata, que segue por mim datada, e assinada pelos membros da banca examinadora e pelo(a) candidato(a) ao título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Rio de Janeiro, 20 de junho de 2017

Beatriz Jaguaribe

Beatriz Jaguaribe de Mattos [orientador(a) e presidente]

Maria Cristina Franco Ferraz

Maria Cristina Franco Ferraz [examinador(a)]

Maria Paula Sibília

Maria Paula Sibília [examinador(a)]

Tatiana R. Teitelroit

Tatiana Roquette Teitelroit [candidato(a)]

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Beatriz Jaguaribe, cujos conhecimentos, confiança e apoio tornaram possível a escrita dessa dissertação.

À minha mãe Elaine, cujo exemplo de dedicação e força serve de inspiração para que eu sempre faça o meu melhor.

À minha avó Aurea, cujo carinho, preocupação e preces me deram conforto para manter o rumo.

À Renata Campello, cuja revisão e o incentivo foram essenciais para a conclusão desse trabalho.

Às professoras Maria Cristina Franco Ferraz e Maria Paula Sibilía pelos conselhos fundamentais que me deram durante a banca de qualificação.

Aos professores e funcionários da Escola de Comunicação da UFRJ pela excelência do ensino e por todo esforço que aplicam diariamente para dar aos alunos uma educação de qualidade.

À Joana pelas broncas que me ajudaram a focar na escrita.

À Suely, Joari, Conrado e Bernardo pelas conversas que inspiraram e sustentaram essa jornada.

Ao pessoal da hora do play e do grupo de filosofia que me instigaram a pensar por outros ângulos e me deram todo o carinho e apoio durante essa jornada.

Ao Felipe Paes, José Carlos Simões e Antonio Fernandes e toda a equipe da Rio TV Câmara por terem me dado todo o subsídio possível para conseguir conciliar esse sonho com o dia a dia profissional.

Aos meus colegas de mestrado, principalmente do affectus15, pelos momentos de descontração e pela solidariedade que mostraram até o fim.

Aos meus amigos do CAP. e da Família por aceitarem da melhor forma possível todas as vezes que não consegui estar presente e me apoiar nos meus momentos de maior preocupação.

Aos meus familiares pela compreensão e apoio mesmo quando não fez muito sentido o que é que podia estar escrevendo por tanto tempo.

A toda comunidade virtual que ainda consegue disponibilizar conhecimento de forma gratuita.

RESUMO

O presente estudo busca refletir acerca do caráter performático e ficcionalizado das imagens feitas pela artista norte-americana Suzanne Heintz nos projetos *Life Once Removed* e *Playing House*, séries fotográficas que reproduzem de forma paródica cartões-postais, cartões de Natal, fotos de viagem e do cotidiano, mostrando momentos da intimidade familiar. Heintz utiliza a si mesma e uma dupla de manequins como objetos fotográficos para representar a figura de seu marido e filha, com intuito de criar imagens satíricas da “família feliz” e, através dessa paródia imagética, questionar o papel da mulher, os ideais de felicidade e a imagem familiar e pessoal como um espetáculo a ser consumido socialmente. Observa-se também como sua obra se relaciona com a ficcionalização da vida e, a partir do método genealógico, explora-se afinidades e diferenças entre sua obra e as de outras artistas que “brincam” com bonecas, como uma forma de se pensar as particularidades do processo de subjetivação contemporâneo.

Palavras-chave: 1. Bonecas. 2. Fabulação. 3. Estranhamento. 4. Memória. 5. Sátira.

ABSTRACT

The present study aims at reflecting on performative and fictional characteristics of the images made by the American artist Suzanne Heintz in the photographic series *Life Once Removed* and *Playing House*, which reproduce, in a parodic way, postcards, Christmas cards, travel and marriage photos as well as snapshots of intimate family moments. Heintz uses her self-image conjointly with two mannequins to represent her husband and daughter, in order to create satirical pictures of the “happy family” and, as a result of this parodic imagery, question the female role, the ideals of happiness and both family and personal images as part of a spectacle to be socially consumed. Moreover, how her work relates to the fictionalization of life is observed and, through the genealogical method, affinities and differences between her work and those of other artists who also “play” with dolls are explored. Thus, this study intends to figure as a means to shed light upon certain peculiarities regarding a contemporary process of subjectivation.

Keywords: 1. Dolls. 2. Fabulation. 3. Uncanny. 4. Memory. 5. Satire.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: “Autoretrato de um homem afogado”, Bayard, 1840	14
Figura 2: Revista Chinesa com Heintz na capa, 2014.	28
Figura 3: Revista Turca com Heintz na capa, 2014.....	28
Figura 4: “Futebol da Noite de Segunda-Feira”, Suzanne Heintz, 2000.....	30
Figura 5: “Tesoura de Podar”, Suzanne Heintz, 2000.....	30
Figura 6: “Beijo de Boa-noite”, Suzanne Heintz, 2000.....	30
Figura 7: “Banhistas”, Suzanne Heintz, 2000.	30
Figura 8: “Pratos”, Suzanne Heintz, 2000.....	31
Figura 9: “A árvore”, Suzanne Heintz, 2000.....	31
Figura 10: “Early work with Mannequins & Marriage”, Suzanne Heintz, 1999-2000.....	32
Figura 11: “Early work with Mannequins & Marriage”, Suzanne Heintz, 1999-2000.....	32
Figura 12: The American Magazine, Peter Stevens, abril de 1952.	32
Figura 13: Jackie Kennedy colocando sua filha para dormir, revista Life, 1960.....	33
Figura 14: Programação da ABC, década de 1960.....	33
Figura 15: The Adventures of Ozzie and Harriet, ABC, década de 1960.	35
Figura 16: “Hawk Eye”, Kodak, 1890.....	37
Figura 17: “Você aperta o botão e a gente faz o resto”, Kodak, final do séc. XIX.....	37
Figura 18: “Take a Kodak with you to the World’s Fair”, Kodak, 1893.	38
Figura 19: Garotas Kodak, Kodak, 1916.....	38
Figura 20: “Take a Kodak with you”, Kodak, 1920.....	38
Figura 21: Garota Kodak, Kodak, 1946.	38
Figura 22: Fotografia Post-Mortem, século XIX.....	39
Figura 23: Fotografia Post-Mortem, século XIX.....	39
Figura 24: Fotografia Post-Mortem, século XIX.....	39
Figura 25: Fotografia Post-Mortem, século XIX.....	39
Figura 26: Fotografia Post-Mortem, século XIX.....	39
Figura 27: “Keep the story with a KODAK”, Kodak, 1922.....	40
Figura 28: Propaganda da Brownie Starmeter, Kodak, década de 1960.	41
Figura 29: Propaganda da Brownie, Kodak,1955.....	41
Figura 30: Propaganda da Brownie, Kodak,1951.....	41
Figura 31: “Snapshots at Christmas”, Kodak, 1957.	42
Figura 32: Propaganda da Brownie, Kodak, década de 1950.....	42

Figura 33: “Bedtime story by the fireplace”, Kodak, 1965.....	42
Figura 34:”Thanksgiving dinner, children breaking wishbone”, Kodak, 1968.....	42
Figura 35:”Family Camping”, Kodak, 1959.	42
Figura 36: Propaganda de Detergente com Ozzie e Harriet, Tide, 1956.....	43
Figura 37: Propaganda de Refrigerador, GE, 1952.	44
Figura 38: ”Modern Homemaker”, Mrs. Kerr’s, 1947.....	44
Figura 39: “Tempos Modernos”, Charlie Chaplin, 1936.....	46
Figura 40: “I’ve found the job where I fit best!”, Office of War Information, 1943.	47
Figura 41: “Rosie, the Riveter”, capa,1942.	48
Figura 42: “Rosie, the Riveter”, Norman Rockwell, 1943.....	48
Figura 43: “Secretaries, housewives, waitresses, women from all over central Florida are getting into vocational schools to learn war work”, Office for Emergency Management, 1942.	48
Figura 44: “An essential aid to ‘Woman-Power’”, Berlei, 1942.....	48
Figura 45: “Show her it’s a man’s world”, Van Heusen, 1951.	48
Figura 46: “You mean a woman can open it?”, Alcoa Aluminum, 1953.....	49
Figura 47: “We Can Do It!”, Westinghouse, 1942.....	49
Figura 48: “Doce ou Travessura”, Suzanne Heintz, 2000.....	54
Figura 49: “Esperando Papai Noel”, Suzanne Heintz, 2006.	54
Figura 50: “Hark”, Suzanne Heintz, 2007.....	55
Figura 51: “O acidente”, Suzanne Heintz, 2008.....	55
Figura 52: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2000-2017.....	56
Figura 53: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2000-2017.....	56
Figura 54: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2000-2017.....	56
Figura 55: Cartão de Natal encontrado na internet, 2016.....	57
Figura 56: Cartão de Natal encontrado na internet, 2016.....	57
Figura 57: “Passeio de Trenó”, Suzanne Heintz, 2012.....	57
Figura 58: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2012.	57
Figura 59: “Carhenge”, Suzanne Heintz, 2000.....	59
Figura 60: “Férias em família”, Suzanne Heintz, 2000-2011.....	59
Figura 61: Cartão postal de Yellowstone, Suzanne Heintz, 2010.	59
Figura 62: “Notre Dame”, Suzanne Heintz, 2013.	60
Figura 63: “Seis degraus de Sacre Couer”, Suzanne Heintz, 2013.	60
Figura 64: “Abandono”, Suzanne Heintz, 2013.	61

Figura 65: Convite de casamento na mão de um dos manequins ‘convidados’. Suzanne Heintz, 2014.	62
Figura 66: “Dormindo até tarde”, Suzanne Heintz, 2013.....	67
Figura 67: “Chuveiro”, Suzanne Heintz, 2013.....	67
Figura 68: “Café da manhã”, Suzanne Heintz, 2013.....	67
Figura 69: “O dia mais feliz”, Suzanne Heintz, 2000.	73
Figura 70: “The Aisle”, Suzanne Heintz, 2014.	73
Figura 71: “Natal no jardim de Gêtsamni”, Suzanne Heintz, 2016.....	75
Figura 72: “O anel”, Suzanne Heintz, 2014.	76
Figura 73: “The Doll”, Hans Bellmer, 1935.....	82
Figura 74: “Cut with the Kitchen Knife through the Last Weimar Beer-Belly Cultural Epoch in Germany”, Hannah Höch, 1919.	87
Figura 75: “Da-Dandy”, Hannah Höch, 1919.	88
Figura 76: Fotografia da Primeira Feira Internacional Dada em Berlim, 1919.....	89
Figura 77: Recorte de o perfil de Höch da Fig. 76.	89
Figura 78: Raoul Haussmann, Roger Viulliez, 1931.....	89
Figura 79: Photomontage “Moi-Même”, Claude Cahun e Marcel Moore, 1929–1930.	91
Figura 80: “Self-portrait with mirror”, Claude Cahun, 1928.	93
Figura 81: “Self-portrait in dresser”, Claude Cahun, 1932.	94
Figura 82: “Femme Maison”, Louise Bourgeois, 1945-1947.	96
Figura 83: “Femme Maison”, Louise Bourgeois, 1994.....	96
Figura 84: “Femme Maison”, Louise Bourgeois, 2001.....	97
Figura 85: “Maman”, Louise Bourgeois, 2008-2010.	98
Figura 86: “Linen Closet”, Sandy Orgel, 1972.	101
Figura 87: “Bridal Staircase”, Kathy Huberland, 1972.....	102
Figura 88: “Bridal Staircase”, Kathy Huberland, 1972.....	102
Figura 89: “Dollhouse”, Miriam Schapiro, 1972.	102
Figura 90: “Dollhouse”, Miriam Schapiro, 1972.	103
Figura 91: “Untitled Film Stills #3”, Cindy Sherman, 1977.	105
Figura 92: “Untitled Film Stills #16”, Cindy Sherman, 1978.	105
Figura 93: “Untitled #302”, Cindy Sherman, 1994.....	106
Figura 94: Casamento de Amber e sua boneca homônima em Las Vegas, Amber Hawk Swanson, 2007.....	107
Figura 95: “Tailgate Skirt”, Amber Hawk Swanson, 2007.....	108

Figura 96: Davecat e suas Real Dolls, 2016.....	111
Figura 97: “To Hold, In Bed”, Amber Hawk Swanson, 2007.....	111
Figura 98: Capa da Revista Rolling Stone, Annie Leibovitz, 1981.	111

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. "BELA, RECATADA E DO LAR" E OS CARTÕES POSTAIS DA FAMÍLIA FELIZ ..	23
1.1. SUZANNE HEINTZ.....	23
1.2. MOMENTOS KODAK.....	29
1.3. MÍSTICA FEMININA NOS ANOS 1950.....	42
2. A IMAGEM PARÓDICA DA VIDA BURGUESA NORTE-AMERICANA	53
2.1. ARTISTA PERFORMÁTICA	53
2.2. ARTISTA SATIRISTA.....	68
3. IMBRICAÇÕES DO ORGÂNICO E DO INORGÂNICO	77
3.1. BONECAS E MANEQUINS	77
3.2. GENEALOGIA DAS BONECAS	81
3.2.1. HANNAH HÖCH	85
3.2.2. CLAUDE CAHUN	90
3.2.3. LOUISE BOURGEIOS.....	95
3.2.4. WOMANHOUSE.....	99
3.2.5. CINDY SHERMAN.....	104
3.2.6. AMBER HAWK SWANSON	107
CONSIDERAÇÕES FINAIS	113
REFERÊNCIAS	125
ANEXOS	131
Anexo 1: GRÁFICO DE PESQUISA DE SUZANNE HEINTZ NO GOOGLE TRENDS	131

INTRODUÇÃO

Exijo a possibilidade de viver plenamente a contradição da minha época, que pode fazer de um sarcasmo a condição da verdade.

Roland Barthes - Mitologias

A história da fotografia é atualmente contada a partir de seu início com a escrita solar do francês Joseph Niépce. Durante anos ele havia tentado fixar imagens por mais do que breves instantes, até que, finalmente, em 1826, sua heliografia conseguiu o primeiro exemplo de imagem permanente ao expor por oito horas à luz do sol uma placa de estanho com betume branco da Judéia fixada no interior de uma câmera escura construída especialmente para esse procedimento. Assim, ao retratar a imagem do quintal de seu inventor, a primeira fotografia do mundo, *Point de vue du Gras*, fundou não apenas um artefato que mudou a forma como os seres humanos experimentam o mundo, como também instituiu duas das mais profundas relações do início da Fotografia: o conceito da imagem fotográfica como representação “fiel” da realidade e a sua existência além do instante fotográfico em uma base material – a “fotografia” – já que, por exemplo, a imagem que o inventor criou permanece fixa até hoje, mais de 150 anos depois¹;

Para Roland Barthes, a referência é a ordem fundadora da fotografia, uma vez que “na Fotografia jamais posso negar que *a coisa esteve lá*. Há dupla posição conjunta: de realidade e de passado. E já que essa coerção só existe para ela, devemos tê-la, por redução, como a própria essência, o noema da Fotografia” (BARTHES, 2015, p. 67, grifo do autor). Com isso, Barthes parece aproximar a fotografia a uma representação do real, na qual o conteúdo do material fotográfico é apenas o recorte de uma extensão do visível, escolhida pela figura do “fotógrafo”, num instante isolado no tempo. A fotografia seria como um traço inteligível do passado que permaneceria diante de nossos olhos. Nas palavras do teórico,

Os realistas, entre os quais estou, e entre os quais eu já estava quando afirmava que a Fotografia era uma imagem sem código – mesmo que, evidentemente, códigos venham infletir sua leitura –, não consideram de modo algum a foto como uma “cópia” do real – mas como uma emanção do *real passado*: uma *magia*, não uma arte. Perguntar se a fotografia é analógica ou codificada não é um bom caminho para análise. O importante é que a foto possui força constativa, e que o constativo da Fotografia incide, não sobre o objeto, mas sobre o tempo. Na Fotografia, de um ponto de vista fenomenológico, o poder de autenticação sobrepõe-se ao poder de representação; (BARTHES, 2015, p. 75).

¹ Ela se encontra na exposição permanente do Centro Harry Ransom na Universidade do Texas, nos Estados Unidos.

Entretanto, há um curioso caso logo no início da própria fotografia que foge desse “efeito de real” mimético para representá-la também como uma das “instâncias do falso”. Hippolyte Bayard foi um inventor francês que também estava realizando experimentos de revelação fotográfica na mesma época que Niépce e Daguerre. Seu processo era feito com impressões diretamente positivas e únicas em papel, o que lhe dava imagens com menos nitidez do que a heliografia e a daguerreotipia. Mesmo assim, o processo de Bayard foi pioneiro em muitos aspectos e ele desejava apresentá-lo formalmente ao governo e à Academia de Ciências francesa. Contudo, o fotógrafo foi convencido a não apresentar sua invenção em detrimento do daguerreotipo por Arago, amigo íntimo de Daguerre. Quando o governo francês comprou a invenção de Daguerre em troca de uma pensão vitalícia e Bayard se viu esquecido por Arago e sem nenhum tostão, ele utilizou seu processo fotográfico como forma de protesto e luta contra o seu esquecimento.

Foi assim que surgiu em 1840 a primeira fotografia “encenada”, o “autorretrato de um homem afogado” (Fig. 1), com a imagem do suposto suicídio de Bayard na frente e uma carta irônica de repúdio ao tratamento que sofreu das autoridades francesas no verso do mesmo papel fotográfico. Vale dizer que Bayard morreu aos 86 anos, quase 50 anos depois de ter tirado essa fotografia, bem depois de seus “algozes” Arago e Daguerre. Por isso, se na



Figura 1: “Autorretrato de um homem afogado”, Bayard, 1840

Fotografia há apenas um estágio da representação realista do mundo, onde se encaixa a foto-suicídio de Bayard? A imagem fotográfica de seu “suicídio” poderia ser um registro da realidade: vê-se um homem dormindo ou “morto” num espaço confinado pelo quadro fotográfico, tal qual em muitas fotografias *post-mortem* da era vitoriana². Na carta, ele diz “senhoras e senhores, é melhor vocês passem [essa foto] a diante por medo de ofender seu olfato, pois como vocês podem ver, o rosto e as mãos do cavalheiro estão começando a se decompor”.

Entretanto, como se sabe, Bayard não está morto, pois foi ele mesmo quem revelou a foto e escreveu a carta no verso. Além disso, seria impossível sentir o cheiro na foto! Bem mais do que o aspecto indicial dessa foto, o “isso-foi”, é a dobra irônica que Bayard cria ao juntar o realismo fotográfico com a fabulação do imaginário do herói romântico que torna sua

² Estilo fotográfico que discutirei com mais detalhes no próximo capítulo.

foto única: ele é um morto-vivo ficcional que se afoga por desgosto e que usa a própria morte como forma de protestar o esquecimento da sua invenção que passa, assim, a ser vista. É o nó que essa fotografia cria ao conjugar o “chocante” com humor, o realismo com o fantástico, que faz com ela acabe por residir num entre-lugar de verdade e ficção.

Se me ateno tanto tempo em contar a história de Bayard e sua fotografia-protesto é porque vejo na obra da artista norte-americana Suzanne Heintz e sua paródia imagética da família feliz uma forma similar de questionar o “mundo”. O caráter performático e a ficcionalizado das imagens que a artista proporciona ao utilizar a si mesma e a uma dupla de manequins, um masculino representando a figura de seu “marido” e um infantil representando sua “filha”, como objetos fotográficos para criar imagens satíricas da “família feliz” desde os anos 2000 consegue construir também um nó de significados que mistura ficção e realidade.

Foi nessa época que Heintz passou a se questionar sobre o caminho de “realização” que se espera das mulheres, no qual elas têm de ter tudo, sem exceções: “Educação, Carreira, Lar, Família, Sucesso, Esclarecimento”³. Por isso, ela decidiu desenvolver nos últimos 17 anos um projeto crítico com sua família de manequins, cujo objetivo é criar “rusgas” nas imagens clichês dos anúncios publicitários da “família feliz” e no modelo de mulher-mãe-dolar de forma bem humorada. A partir das revelações de seu olhar fotográfico-performático nos projetos *Life Once Removed* e *Playing House*⁴ - séries fotográficas que contestam os ideais de felicidade socialmente construídos ao reproduzirem de forma paródica os cartões-postais, as fotos de viagem, os cartões de Natal e até de casamento – será pensado, nesse trabalho, o processo de subjetivação contemporânea.

É preciso demarcar que quando se fala em processos de subjetivação, consideram-se as diversas maneiras pelas quais os indivíduos e as coletividades se constituem como sujeitos. Destarte, faz-se necessário ressaltar também que “tais processos só valem na medida em que, quando acontecem, escapam tanto aos saberes constituídos como aos poderes dominantes. Mesmo se na sequência eles engendram novos poderes ou tornam a integrar novos saberes” (DELEUZE, 2008, p. 217).

O cerne dessa pesquisa imagética é motivado pelo questionamento do papel da mulher e do imaginário do feminino, tomando como ponto de partida para o primeiro capítulo o

³ Tradução minha. Extraído de: <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2635196/The-woman-MADE-family-Photographer-travels-world-mannequin-family-mother-complained-failure-settle-down.html>>. Acessado em junho de 2016.

⁴ Cabe destacar que todas as fotografias e as matérias midiáticas feitas sobre a produção artística de Suzanne Heintz foram todas encontradas na internet e que a maior parte das fotos, bem como os vídeos do projeto *Playing House*, foi retirada de seus arquivos pessoais e das páginas sociais do projeto e da artista.

contexto de significações socioculturais da época com o qual as fotografias de Heintz se relacionam e trazendo para a superfície as mitologias do feminino elencadas nos anos 50-60 com as quais a artista dialoga, bem como as imagens constituídas na época em relação à família feliz e ao “Sonho Americano”, com todos os seus clichês e estereótipos. Esse imaginário fotográfico e publicitário constitui a base instrumental para uma análise da retórica das imagens e de suas significações culturais e simbólicas, no qual se enfatizava a mulher como esposa, dona de casa e mãe.

Utilizo também o método genealógico, principalmente no terceiro capítulo, para estabelecer um diálogo entre o trabalho artístico de Suzanne Heintz como de outras artistas modernas e contemporâneas que trataram da temática do feminino. Pretendo, com isso, traçar uma relação entre os efeitos “de superfície” que emergem do diálogo entre esses diferentes discursos e campos de ação teórica (DELEUZE, 1974). Para tanto, me espelho nas teorias propostas por Nietzsche e Deleuze em relação a esse método. Nietzsche, em sua teorização sobre a origem do castigo em “Genealogia da moral”, estabelece a abertura de sua proposta genealógica, pois afirma que

Todos os fins, todas as utilidades são apenas *indícios* de que uma vontade de poder se assenhorou de algo menos poderoso e lhe imprimiu o sentido de uma função; e toda a história de uma “coisa”, um órgão, um uso, pode desse modo ser uma ininterrupta cadeia de signos de sempre novas interpretações e ajustes, cujas causas nem precisam estar relacionadas entre si, antes podendo se suceder e substituir de maneira meramente casual (NIETZSCHE, 1987, p. 81-82, grifo do autor).

Com isso, o autor não apenas refuta a imutabilidade dos sentidos e dos valores, como afirma que eles não podem ser nem universais nem atemporais por serem frutos de forças variadas e que, por isso, estão sempre sujeitos a novos ajustes e interpretações. É a partir dessa visão 'desnaturalizada' da realidade que essa dissertação se estrutura, tomando emprestada também um pouco da impaciência de Roland Barthes, em “Mitologias”, frente “ao 'natural' com que a imprensa, a arte, o senso comum mascaram continuamente uma realidade que, pelo fato de ser aquela em que vivemos, não deixa de ser por isso perfeitamente histórica” (BARTHES, 2009, p. 11).

O papel da paródia na arte pós-moderna tal qual teorizado por Linda Hutcheon em seu trabalho sobre a arte do pós-modernismo⁵ também é discutido a partir da análise das imagens

⁵ Tomo como base a própria nomenclatura escolhida pela autora, sem entrar na discussão sobre as diversas denominações dadas e quais seriam as implicações teóricas específicas de cada termo que é dado para o período atual, coisa que a autora também discute em seu livro.

paródicas feitas por Suzanne Heintz de 2000-2017. Hutcheon acredita que é através da paródia que se pode estabelecer a ligação paradoxal entre o histórico e as metanarrativas presentes no pós-moderno, pois como a teórica afirma a arte pós-moderna gosta do uso da paródia e da ironia “para engajar a história da arte e a memória do espectador de modo a reavaliar as formas e os conteúdos estéticos através de uma reconsideração de suas geralmente não reconhecidas políticas de representação”⁶ (HUTCHEON, 2004, p. 96).

Desse modo, a paródia pode servir como uma forma de romper a linha lógica e “natural” que o espectador constrói com as imagens do mundo artístico e, até mesmo, do mundo. Entretanto, a obra de Heintz vai mais fundo em sua intenção de realizar aquilo que Didi-Huberman (2015, p. 16) reconhece como uma das potências da imagem, visto que “diante de uma imagem – por mais recente e contemporânea que seja –, (...) o passado nunca cessa de se reconfigurar, visto que essa imagem só se torna pensável numa construção da memória, se não for da obsessão”.

Sabe-se que a memória se realiza no presente sobre um passado e está em constante atualização. Esta ação do presente está vinculada à percepção, sendo o presente uma construção constante que se dá no tempo, uma vez que “o tempo já decorrido é o passado, e chamamos presente o instante em que ele decorre” (BERGSON, 2010, p. 161). As narrativas de memória também são realizadas a partir de um presente sobre um passado, tendo em vista um determinado futuro. Benjamin (1994, p. 211), por exemplo, afirma que “a reminiscência funda a cadeia da tradição, que transmite os acontecimentos de geração em geração”. A intenção do trabalho artístico de Heintz é permitir que passado e presente sejam questionados e, assim, ressignificados. Não é à toa que em sua conta pessoal no microblog *twitter* a artista afirma que é “uma mulher que quer mudar o mundo”⁷.

É com a estreita ligação entre memória, realidade e ficção presentes no trabalho de Suzanne Heintz que organizo as principais questões norteadoras desse trabalho, formuladas com base na crítica presente no “gesto” inicial que leva Suzanne Heintz a comprar sua família de manequins e que elencam alguns dos modos de subjetivação da sociedade contemporânea. O primeiro se faz presente a partir da noção de que a mulher é um “vazio a ser preenchido” – normalmente por um homem ou pelos filhos, na visão heteronormativa. O segundo é a noção de que a “felicidade está ao nosso alcance, é só olhar na direção certa”, atestado pela fala da mãe da artista quando lhe diz para escolher logo um parceiro. A terceira é a que a direciona ao

⁶ Tradução minha.

⁷ Tradução minha. O original encontra-se em: <<https://twitter.com/suzanneheintz>>. Página acessada em junho de 2016.

consumo “eu não posso simplesmente comprar uma família”.

Dessa forma, o primeiro capítulo desse trabalho, intitulado “Bela, Recatada e do Lar e os cartões postais da família feliz”, além de servir como uma espécie de panorama sociocultural onde se discute a sociedade norte-americana dos anos 1950-60 através da exposição imagética das séries, filmes e anúncios do período, aponta também algumas das mudanças ocorridas na invenção do feminino a partir do final do século XIX, segundo a qual a mulher, “anjo do lar”, símbolo da pureza e domesticidade, vai perdendo espaço com o aparecimento da “New Woman”, a mulher independente e aventureira dos anos 20-30 até dar lugar à mulher-mãe-dona-do-lar dos anos 1950. Enfoco principalmente na crítica feita por Betty Friedan sobre a “Mística Feminina”, levando em consideração o conceito de “mito” proposto por Roland Barthes.

Já no segundo capítulo, “Suzanne Heintz e a imagem paródica da vida burguesa norte-americana”, considero a artista e sua obra de forma a relacioná-las mais a fundo ao contexto histórico-cultural apresentado no primeiro capítulo, objetivando mostrar o que ela está parodiando e satirizando com os projetos *Life Once Removed* e *Playing House*. Suas imagens são analisadas tendo em vista o escopo teórico-metodológico supracitado bem como suas escolhas estéticas e técnicas, tais como o uso do humor e da paródia em sua sátira. Para tanto, conjugo sua obra com o estilo performativo e paródico da arte contemporânea.

Pretendo, assim, mostrar de que modo as imagens de Heintz, nas quais ela se torna um objeto “feliz” junto a sua já objetificada família de manequins, são uma tentativa de criar uma brecha, uma ruptura nas imagens presentes na sociedade contemporânea de maneira a mostrar o quanto elas também são fabricadas e o quanto os ideais de conformidade são igualmente irrealis. Como a própria artista afirma em sua página, “as pressões externas da cultura e as pressões internas que ela havia colocado em si mesma para se ajustar a essa cultura foram crescendo com o tempo, até que ela decidiu fazer algo a respeito”⁸.

Ademais, observo como sua obra se relaciona com a ficcionalização da vida e exploro a diferença entre sua obra e as de outros artistas que fazem um trabalho autoreferenciado “brincando” com bonecas no terceiro capítulo dessa dissertação, intitulado “Imbricações do orgânico e do inorgânico”. Para tal, abordo a bonequização e a automodelação feminina pensada a partir do ideário que a cerca, relacionando-a principalmente ao fetiche e à objetificação da boneca enquanto figura do feminino. Tomo

⁸ <<http://suzanneheintz.com/about/>>. Acessado em junho de 2016.

como fundamento teórico o conceito de “Estranho” em Freud para explicar como se constitui parte do fascínio por essa figura encantatória.

Se por muito tempo no cânone artístico e literário as mulheres foram consideradas como outro e por isso produtoras da ‘estranheza’, pretendo analisar também o ponto de vista da mulher artista e como ela lida com o ‘estranhamento’ inspirado por sua imagem na sociedade. Como Simone de Beauvoir (1980, p. 20) observa sobre a relação entre meninas e bonecas,

[...] põem-lhe nas mãos, a fim de que desempenhe junto dela o papel de *alter ego* um objeto estranho: uma boneca. [...] A grande diferença está em que, de um lado, a boneca representa um corpo na sua totalidade e, de outro, é uma coisa passiva. Por isso, a menina será encorajada a alienar-se em sua pessoa por inteiro e a considerá-la um dado inerte. Ao passo que o menino procura a si próprio no pênis enquanto sujeito autônomo, a menina embala sua boneca e enfeita-a como aspira a ser enfeitada e embalada; inversamente, ela pensa a si mesma como uma maravilhosa boneca. Através de cumprimentos e censuras, de imagens e de palavras, ela descobre o sentido das palavras “bonita” e “feia”; sabe, desde logo, que para agradar é preciso ser “bonita como uma imagem”; ela procura assemelhar-se a uma imagem, fantasia-se, olha-se no espelho, compara-se às princesas e às fadas dos contos.

Assim, proponho uma genealogia seletiva do trabalho artístico de mulheres que se relacionam com a proposta crítica de Heintz e utilizam a si mesmas e suas experiências a partir do tropo da mulher enquanto boneca como forma de questionar não apenas a objetificação feminina na sociedade e seu lugar como um “outro” passivo e sem voz, mas também como forma de colocar em jogo questões identitárias da sociedade moderna e contemporânea. Coloco, então, em discussão nesse capítulo o estranhamento da sexualidade por meio das fotomontagens de Hannah Höch; o estranhamento do autorretrato por meio das fotografias pessoais de Claude Cahun; a figura da mulher e sua incerteza frente ao papel social imposto a ela nas esculturas de Louise Bourgeois e na instalação coletiva “Womanhouse”; a desconstrução da beleza e da identidade em Cindy Sherman e, finalmente, o fetiche na obra performática de Amber Hawk Swanson.

Por fim, nas considerações finais levanto algumas questões sobre como já estão se estabelecendo as relações entre humanos e humanóides (como andróides e bonecas hipersexualizadas) e como pode vir a ser o futuro destas relações após o aprimoramento da inteligência artificial. Discuto também a experiência encantatória que a relação com as bonecas constitui, bem como a automodelação estética cada vez mais presente na sociedade contemporânea. O trabalho artístico de Heintz dialoga com a crítica presente na teoria do pensador francês, Guy Debord, no qual o conceito de espetáculo pode servir como base para uma análise crítica dessa visão atual de que padrões pré-determinados de condutas diárias

podem levar a felicidade. Para o autor, o espetáculo seria uma relação social entre pessoas mediada por imagens que é ao mesmo tempo uma parte da sociedade, a própria sociedade e o instrumento que une essa parte ao todo. Em suas palavras, “no espetáculo da imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenvolvimento é tudo. O espetáculo não quer chegar à outra coisa senão a si mesmo” (DEBORD, 2003, p. 18).

É possível afirmar que o conceito de espetáculo está intimamente ligado aos conceitos marxistas de fetichismo da mercadoria e de alienação. O termo fetiche em Marx traz a ideia de artifício, aparência e é usado pelo mesmo para mostrar que na sociedade capitalista voltada para a produção de bens mercantis, os objetos “enfeitados” passam a apresentar um valor de troca econômico e simbólico, muitas vezes descolado do seu valor de uso. Por outro lado, Marx diz que alienado é aquele indivíduo que deixou de reconhecer como uma abstração algo que ele ou outros humanos desenvolveram e que, graças a essa falta de reconhecimento, acaba tornando-se predicado da relação entre os dois. O dinheiro é provavelmente o exemplo mais evidente disso.

Debord amplia o conceito de alienação em Marx, concebendo “a alienação – o espetáculo - como um processo de *abstracção*” (JAPPE, 2008, p. 23, grifo do autor). Em outras palavras, é como se o espetáculo mascarasse a todo o instante a sua característica fundamental de artifício humano e de representação da vida e tornar-se a si próprio o embasamento da vida. Dessa forma, ele torna a vida humana imersa em uma plethora de imagens que são elas mesmas portadoras de imaginários e que impulsionam novos modelos de experiência humana atravessados por diferentes tipos de fabulações. Refiro-me à experiência inspirada no sentido que o termo assume na obra de Walter Benjamin e que vai, em suma, tratar da *erfahrung* (a experiência autêntica), um modo de estar no mundo que foi sendo substituída nos tempos modernos pela *erlebnis* (a experiência inautêntica), que se expressa principalmente pela vivência do indivíduo isolado.

Por esse viés, abordo nas considerações finais como o discurso da felicidade parece estar influenciando diversos aspectos da vida contemporânea desde as últimas décadas do século XX, ganhando uma posição de destaque na publicidade e na mídia e, ainda, como as projeções imagéticas constituídas com a encenação da vida pessoal nas redes sociais estão esgarçando cada vez mais a experiência como uma relação com o passado e a memória e afirmando uma vivência focada cada vez mais na visibilidade.

Como afirma Harvey (2012, p. 270-271), “a implicação geral é de que, por meio da experiência de tudo - comida, hábitos culinários, música, televisão, espetáculos e cinema -, hoje é possível vivenciar a geografia do mundo vicariamente, como um simulacro”. A

experiência moderna mudou com as novas técnicas de circulação que surgiram no início do século XIX e que trouxeram “uma dinâmica que abarca corpos, signos, imagens, linguagens, relações de parentesco, práticas religiosas e nacionalidades, além de mercadorias, riquezas e força de trabalho” (CRARY, 2012, p. 19). Por isso, não é à toa que tanto Jonathan Crary como Tom Gunning coloquem a fotografia como um dos fatores centrais para a sedimentação de tais modificações na modernidade.

Crary vê a fotografia como um dos objetos de maior impacto social e cultural no novo campo de objetos produzidos em série da modernidade. Para ele, “a fotografia converteu-se em um elemento central não apenas na nova economia da mercadoria, mas na reorganização de todo um território no qual circulam e proliferam signos e imagens, cada um deles efetivamente separado de um referente” (CRARY, 2012, p. 22). Gunning reforça essa ideia a partir do uso prático da fotografia e da capacidade que sua imagem tem de circular rapidamente e ganhar mobilidade, diferentemente de seu referente. Assim, para o autor, “como a circulação moderna de moeda, a fotografia aboliu as barreiras do espaço e transformou objetos em simulacros transportáveis, uma forma nova do equivalente universal” (GUNNING, 2004, p. 36).

Ambos parecem questionar a concepção marcante do final do século XIX e do início do século XX que apresentei no começo de que a fotografia funciona como mimese do mundo, isto é, como uma reprodução que parece copiar o mundo tal como “ele é”. Como argumenta Dubois (2003 apud AVANCINI, 2011, p. 51-52),

Com esforço, alguns teóricos do início do século XX demonstraram que a imagem fotográfica não era um espelho neutro, mas um instrumento de interpretação do real. Alguns exemplos dessa transposição foram percebidos: o preto-e-branco contrastando com a realidade em cores, a imagem fixa e o mundo constantemente mudando, a imagem bidimensional advinda da realidade tridimensional, o puramente visual excluindo qualquer outra sensação auditiva, olfativa, tátil ou gustativa. Portanto a fotografia não é como o mundo, ela transforma o mundo.

É aos poucos que a realidade alucinatória da fotografia entra em questão na teoria fotográfica, uma vez que além da sensação mimética de aderência à realidade, a fotografia causa também um fenômeno de estranhamento que solapa “a identidade única de objetos e pessoas, reproduzindo continuamente a aparência dos objetos, criando um mundo paralelo de fantasmagoria dupla ao lado no mundo concreto dos sentidos verificáveis pelo positivismo” (GUNNING, 1995 apud ROYLE, 2003, p.75)⁹. Para teóricos como Barthes (2015, p. 73), por

⁹ Tradução minha.

exemplo, “toda a fotografia é um certificado de presença. Esse certificado é o gene novo que sua invenção introduziu na família das imagens”, por isso a imagem fotográfica foi imbuída por muito tempo com a qualidade de servir como espelho do mundo e ela serviu como o instrumento por excelência do realismo moderno.

É interessante perceber que é justamente contra esse efeito do real que Heintz utiliza a fotografia como elemento capaz de desfazer a ilusão velada que é inventar ficções que parecem realidade através da imagem fotográfica. Sua arte, assim, serve para abalar a familiaridade do mundo, através de uma fantasia que transborda das projeções pseudo-afetivas de suas fotos, com intuito de questionar tanto o papel da mulher na sociedade quanto mexer com as memórias e lembranças sociais, abalando com isso o lugar seguro da vida cotidiana e seu conformismo consumista e das relações sociais cotidianas, que se tornam “visíveis” a partir de suas fotografias satíricas.

1. “BELA, RECATADA E DO LAR” E OS CARTÕES POSTAIS DA FAMÍLIA FELIZ

Nosso desejo secreto é por uma mudança na ordem das coisas.

René Magritte em carta para André Souris

We must be willing to let go of the life we planned so as to have the life that is waiting for us

Joseph Campbell

1.1. SUZANNE HEINTZ

Quem é Suzanne Heintz? De acordo com a sua conta do *twitter*¹⁰, ela é “parte artista performática, parte fotógrafa conceitual, parte satirista e parte cientista louca. Tudo isso é igual a uma mulher que quer mudar o mundo”. Já para algumas matérias jornalísticas, ela é uma autointitulada “solteirona” que decidiu comprar uma família de manequins porque não aguentava mais ouvir sua mãe perguntando quando ela iria se casar¹¹. Em uma entrevista para o programa *Arts District*¹², ela conta com mais detalhes a história de como teve a ideia de comprar uma família de manequins:

Naquela época todos os meus amigos estavam casando e tendo filhos e eu era a 'estranho no ninho'. Em todos os lugares que eu ia as pessoas me perguntavam 'Por que você não está casada? Você é tão bonitinha, tão engraçada. Eu não consigo ver porque você não tem um homem' e eu não engolia isso bem. Quando a minha própria mãe disse para mim à queima-roupa 'Suzie, não tem ninguém perfeito por aí. Você só tem que escolher *alguém* se você quiser se estabelecer', eu gritei de volta para ela 'Mãe, não é como se eu pudesse sair e comprar uma família. Eu não posso simplesmente fazer isso acontecer'.

Entretanto, a artista descobriu que podia, *sim*, comprar a sua 'família'. O momento epifânico aconteceu quando caminhava por um shopping de liquidação a varejo. Ela viu na vitrine alguns manequins à venda, e dentre eles, a sua futura família perfeita. Como na época estava fazendo um curso de fotografia, Heintz imaginou que podia estourar seus cartões de crédito comprando os manequins para usá-los em seu projeto final do semestre. De lá para cá,

¹⁰ Tradução minha. O original encontra-se em: <<https://twitter.com/suzanneheintz>>. Página acessada em junho de 2016.

¹¹ Como pode ser visto nas matérias: <<http://www.featureshoot.com/2014/01/suzanne-heintz/>>, <<http://beautifuldecay.com/2014/01/31/suzanne-heintz-mannequin-family/>>. Acessadas em junho de 2016.

¹² Tradução minha da entrevista em <<http://video.rmpbs.org/video/2365626597/>>. Acessada em junho de 2016.

a artista vem registrando, durante os últimos 17 anos, momentos felizes – e não tão felizes – com seu 'marido' Chauncey e sua 'filha' Mary Margareth no projeto *Life Once Removed*. Assim, o que começou como uma paródia à ideia de conformidade a um modo de vida geralmente aceito como o ápice do sucesso social para as mulheres – calcado no casamento –, foi se tornando uma sátira bem-humorada aos modelos predeterminados socialmente e à irrealdade por trás das imagens idealizadas da família feliz. Nas palavras de Suzanne Heintz,

Eu pensei que já era hora de expor publicamente esse disparate porque essa noção de insuficiência não atinge só a mim, nem atinge exclusivamente as mulheres em relação ao casamento. Ela atinge qualquer um cuja vida não parece ser do jeito que “deveria”. [...] eu estou simplesmente tentando fazer com que as pessoas abram suas mentes e parem de se agarrar a noções datadas do que parece ser uma vida de sucesso. Eu quero que as pessoas relaxem umas com as outras e consigo mesmas; e abracem suas vidas por aquilo que fazem, seja com ou sem o Sra., Dr. ou Ilmo. ligado aos seus nomes¹³.

Heintz diz em seu site¹⁴ que seu trabalho é um reflexo da combinação de seu treinamento acadêmico em Comunicação, Roteiro, Pintura, Design e Fotografia; de seu trabalho como designer e diretora de arte para televisão; de sua juventude em Nova York com todo o caldeirão cultural e personagens peculiares que a cidade lhe ofereceu; e, da impressão duradoura que lhe causou ter sido criada na Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, popularmente conhecida como Igreja Mórmon. Foi com ela que a artista teve “sua primeira experiência na idealização da família e na glorificação do papel da mulher como Mãe e Dona de Casa”¹⁵.

A Igreja Mórmon é uma igreja cristã restauracionista e conservadora, fundada nos Estados Unidos em 1830, que concentra boa parte de seu foco na família, já que esta é tida pelos mórmons como parte fundamental do plano de Deus¹⁶. Mulheres e homens na religião mórmon têm papéis bem definidos na instituição, pois, como afirma o site oficial da igreja, “por designação divina, o pai deve tomar conta da família e ensiná-la com amor e retidão. Ele deve prover o necessário para a vida e proteção da família. A responsabilidade primordial da mãe é cuidar dos filhos”¹⁷.

¹³ Tradução minha. O original pode ser visto em: <www.huffingtonpost.com/suzanne-heintz/mannequin-family_b_4897239.html>. Acessado em junho de 2016.

¹⁴ <<http://suzanneheintz.com/about/>>. Acessado em junho de 2016.

¹⁵ “It [the Mormon Church] provided her first experience in the idealization of family, and the glorification of the role of women as Mother and Homemaker”.

¹⁶ <<https://www.mormon.org/por/perguntas-frequentes/tema/cultura/pergunta/numero-de-membros-mormons>>. Acessado em julho de 2016.

¹⁷ <<https://www.mormon.org/por/perguntas-frequentes/tema/familia/pergunta/igualdade-entre-os-sexos>>.

Os mórmons são ensinados a se comportar com recato e a respeitar o voto de castidade ao mesmo tempo em que são estimulados a gerar uma prole numerosa após o casamento¹⁸. A figura da família é tão central para a igreja que ela afirma ter a maior biblioteca genealógica do mundo uma vez que sua doutrina ensina que o relacionamento familiar pode ser eterno, isto é, para além dessa vida¹⁹ e que “isso somente pode acontecer quando a família é selada em um dos sagrados templos do Senhor em todo o mundo e unida pela eternidade”²⁰. Além disso, a igreja dá chance aos mortos que não tiveram a oportunidade de conhecê-la em vida de serem batizados “por procuração” pelos vivos para, assim, poderem escolher no além-vida se querem ou não integrar sua família pela eternidade.

Como mostro adiante, a centralidade da figura da família como reduto da felicidade 'mundana' não é exclusividade da Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, entretanto, é importante destacar o quão forte a pressão para seguir esse tipo de conduta pode ter sido na criação de Heintz para entender o quanto essas influências estão presentes na questão central de seu trabalho. Quando perguntada em entrevista para o site do *Interactive Design Institute* sobre a inspiração para realizar o projeto, a artista comentou “eu olhei para mim mesma e para minha própria experiência. De onde mais poderia eu ter tido a autoridade para falar?”²¹. Ela contou também que a referência visual dos anos 1950 e 1960, presente em seu trabalho, advém de sua própria experiência familiar: “essa era a aparência da minha família. Já que estou me referindo ao que eu herdei das gerações anteriores, faz todo sentido tomar emprestado o visual da minha mãe”²².

É importante destacar que é desse lugar da 'familiaridade' que vem do nome da primeira fase de seu projeto, chamada *Life Once Removed*. *Once Removed* é como se denomina, em inglês, o parente de “primeiro grau”: os parentes de uma família que estão a uma geração de distância da sua, essencialmente pais e filhos. Por esse prisma, uma tradução possível para a série é “Vida a uma geração de distância”, o que chamaria atenção para um

Acessado em julho de 2016.

¹⁸ Uma questão controversa em relação a Igreja Mórmon é que em sua fundação a poligamia dos homens era aceita. Seus integrantes podiam ter mais de uma esposa, contanto que os casamentos plurais fossem realizados “a pedido do Senhor”, aprovados pelos membros da Igreja e de acordo com suas normas. Contudo, em seu site oficial a Igreja afirma que essa prática foi banida em 1890 pelo presidente Woodruff (líder superior da Igreja) e que hoje em dia qualquer membro que realize o casamento plural é excomungado da mesma. Para mais: <<https://www.mormon.org/por/perguntas-frequentes/tema/poligamia/pergunta/pratica-da-poligamia>>. Acessado em julho de 2016.

¹⁹ <https://www.mormon.org/por/historia-da-familia>. Acessado em julho de 2016.

²⁰ Ibidem.

²¹ Tradução minha. O original está disponível em <<http://www.idesigni.co.uk/blog/life-removed-interview-photographer-suzanne-heintz/>>. Acessado em agosto de 2016.

²² Ibidem.

dos questionamentos principais da obra: por que estamos tentando viver 'como nossos pais' ou com a expectativa de sermos como eles, se estamos tantos anos afastados uns dos outros? “Ele [nosso caminho] nos é transmitido pela geração anterior, a um grau de distância da nossa própria. Por que nós nos apegamos à tradição passada como uma medida de sucesso no presente?”²³, pergunta-se em uma reportagem escrita para o *Huffington Post* em 2014²⁴.

No entanto, a maior parte das reportagens brasileiras, talvez por desconhecer a expressão, escolheu traduzir sua obra sob o título de “Quase Como a Vida”²⁵ ou, em um dos casos, como “Quase Como a Vida Real”²⁶. Se essa tradução for tomada ao pé da letra pelo leitor, imagino que o levará a uma noção desconectada da mensagem que a artista pretende passar, já que tais expressões parecem reafirmar a existência dessa vida familiar perfeita que Heintz quer implodir com sua família de fibra de vidro. Imagino, contudo, com certa esperança, que porventura os jornalistas tenham pretendido manter a ironia por trás do título original da obra e assim expressar as fissuras que emergem quando se confrontam as ilusões da vida feliz com o que a “realidade” tem para oferecer.

De acordo com essa linha de raciocínio, proponho outra tradução “livre” mais literal para a série: “Vida uma vez removida”. A ambiguidade desse título poderia ajudar a revelar outras camadas que estão por trás do trabalho de Suzanne Heintz e que são cruciais para entender as questões presentes em sua obra. A primeira pergunta que o leitor poderia fazer é: o que é que se remove nessas imagens? Seria a vida “real” que está sendo removida nas fotos, ou seja, o biológico que foi substituído por seres feitos de polímeros sintéticos e que servem ali para suprir as expectativas da única representante “viva” das imagens, preenchendo, destarte, as lacunas de seu subjetivo? Seria a ilusão da veracidade fotográfica que está sendo removida uma vez que a vida 'falsa' se coloca em contexto ou ainda a complexidade da vida cotidiana que está sempre ausente nas imagens da família feliz e que agora podemos ver por causa do estranhamento que nos causam a artista e sua “própria” família?

²³ Tradução minha.

²⁴ <www.huffingtonpost.com/suzanne-heintz/mannequin-family_b_4897239.html>. Acessado em junho de 2016.

²⁵ <<https://mdemulher.abril.com.br/familia/claudia/artista-compra-familia-de-plastico-para-questionar-pressao-por-nao-ser-casada>>; <<http://entretenimento.uol.com.br/album/bbc/2014/03/21/artista-americana-faz-album-de-familia-com-marido-e-filha-de-plastico.htm>>; <<http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/entretenimento/2014/03/21/artista-americana-faz-album-de-familia-com-marido-e-filha-de-plastico.htm>>; <<http://atarde.uol.com.br/galerias/3/artista-americana-cria-album-de-familia-com-marido-e-filha-de-plastico-19083>>; <<http://delas.ig.com.br/comportamento/2014-03-21/artista-faz-album-de-familia-com-manequins.html>>; e <<http://www.coxinhanerd.com.br/familia-plastica-suzanne-heintz/>>. Acessados entre os meses de junho e julho de 2016.

²⁶ <<http://www.revistaforum.com.br/osentendidos/2014/03/22/minha-feliz-familia-de-plastico/>>. Acessado em julho de 2016.

Foi com o intuito de difundir essas questões e “aumentar a conscientização e começar novas discussões em torno de assuntos em que a pressão cultural encontra o *eu*”²⁷ que Suzanne Heintz iniciou em 2013 a segunda fase do seu projeto, chamada *Playing House*, em português “Brincando de Casinha”, que consiste numa expansão do primeiro projeto para outras mídias. Ela começou a desenvolver uma série de curtas com o mesmo nome do projeto, para a qual já realizou dois dos três capítulos intencionados: *Playing House, Chapter 1: POSTCARDS FROM PARIS* e *Playing House, Chapter 2: THE VOWS*. O terceiro curta *Playing House, Chapter 3: THE NEXT GENERATION*, tratando de sua filha Mary Margareth, ainda estava em fase de captação e produção no momento em que iniciei a presente dissertação.

Faz parte do segundo projeto em questão um livro de fotos com comentários sobre a série *Life Once Removed* e o próprio site do projeto (www.playinghouseproject.com), no qual ela criou um espaço chamado *Conversations* (“Conversas”, em português). A ideia por trás desse último era estabelecer uma plataforma para responder diretamente às questões relacionadas ao projeto, “como uma forma de confrontar e compartilhar a luta interna trazida pela pressão externa cultural”²⁸.

Entretanto, é preciso destacar que até meados de março de 2017 havia apenas uma publicação datada de 2 de junho de 2014 nesse espaço de conversa. Se a ideia por trás do site do projeto era ser “uma arena, um lugar para dar e receber, para interagir com aqueles que desejam dirigir o desenvolvimento social e ser a liderança ativa deste” com o objetivo de “mudar as percepções e os sentimentos equivocados que nos fazem sentir menos, insuficientes e insatisfeitos com o estado da nossa vida”²⁹, a plataforma está longe de atingir o grau de interação que parece buscar com seus usuários. Como base de comparação, pode-se destacar que até o presente momento da pesquisa, Heintz manteve mais atualizações no blog de seu site pessoal (www.suzanneheintz.com), com cinco no total, de fevereiro de 2014 a março de 2015, do que nessa sessão do site do projeto.

Isso não significa, todavia, que ela não esteja interagindo com aqueles que entram em contato com ela em outras mídias sociais. Basta dar uma breve olhada nas páginas de *Facebook* que mantém – um perfil pessoal, outro para o projeto *Playing House* e outro para Chauncey, seu marido/manequim – para perceber que ela faz questão de responder a todos os

²⁷ “The mission is to raise awareness and start new discussions surrounding topics where cultural pressure meets the self”. Tradução minha de <<http://www.playinghouseproject.com/about/>>. Acessado em junho de 2016.

²⁸ Ibidem.

²⁹ Ibidem.

comentários que recebe. A fotógrafa mantém também uma conta no microblog *Twitter* e outra no *Instagram*, uma plataforma de compartilhamento de fotos, para divulgar seu trabalho e comentar questões da atualidade que se relacionem a ele.

Recentemente, com objetivo de conseguir receber contribuições por seus vídeos e publicações, a artista migrou grande parte de seu conteúdo multimídia para uma plataforma chamada “The8app”, no qual visualizações transformam-se em contribuições para os publicadores de conteúdo. Como forma de alavancar a utilização do site, Suzanne Heintz exibiu inicialmente com exclusividade para os usuários do site os vídeos que realizou para as festas de final de ano de 2016³⁰.

Como a segunda etapa de seu projeto está intimamente ligada à divulgação do mesmo, Heintz começou a aparecer em mais reportagens jornalísticas e televisivas a partir de 2013. Para a elaboração dessa pesquisa, foi compilada uma lista a partir da busca do nome da artista no mecanismo de pesquisa *Google*, com cerca de 190 páginas online de diversos locais no mundo, inclusive países fora do eixo América do Norte – Europa, tais como Japão, China, Indonésia, África do Sul e Turquia, a partir do qual se verifica que o trabalho da artista foi tema de diversas reportagens (Fig. 2 e 3).



Figura 2: Revista Chinesa com Heintz na capa, 2014.



Figura 3: Revista Turca com Heintz na capa, 2014.

segunda fase do projeto e a estreia de seu primeiro curta no Festival Internacional de Cinema *Women + Film Voices* de Denver.

Nessa mesma época, o trailer do curta do primeiro capítulo do projeto se tornou um sucesso viral na internet que vem acumulando mais de dois (2) milhões de visualizações

Ao pesquisar também o número de buscas pelo nome 'Suzanne Heintz' desde 2004, no site *Google Trends* – uma ferramenta que identifica pesquisas que usuários fizeram a determinados termos, apresentando-os com tendências, dados e visualizações mais recentes do *Google* –, percebe-se que a procura pela artista e sua divulgação têm um pico enorme em março de 2014 (Anexo 01), coincidindo com a

³⁰ <<https://pt-br.facebook.com/LifeOnceRemoved/#>>. Acessado em dezembro de 2016.

desde seu lançamento³¹, um feito significativo para uma fotógrafa fora do circuito “oficial” de arte. Sua vida e trabalho artístico chamaram a atenção de duas cineastas inglesas, a diretora Karen Whitehead e a produtora Katherine Wilkens De Francis, que filmam desde 2015 um documentário de longa duração sobre Heintz, intitulado *Imitating Life: the audacity of Suzanne Heintz*, que deve ser lançado em 2017.

O filme está sendo produzido de forma independente pelas cineastas que angariaram fundos através de financiamento coletivo pelo site *Kickstarter* e pelo projeto de patrocínio fiscal da associação internacional de documentário (IDA). A diretora Karen Whitehead sentiu-se impelida a elaborar o documentário sobre Suzanne Heintz após conhecê-la em um evento que propunha examinar artistas mulheres como agentes de inovação e líderes culturais. No site do documentário, a diretora afirma que as declarações provocadoras de Heintz através de sua família de manequins a fizeram se interessar pela artista e a colocar na “tradição de mulheres artistas que desafiam o *status quo* no mundo da arte e na sociedade como um todo”³².

Cabe, então, perguntar: o que há no trabalho de Suzanne Heintz que desperta tanto a atenção da mídia quanto do público em geral? Quais tensões contemporâneas estão presentes em seu “ativismo” satírico e o que é que suas imagens detalhadamente construídas estão evocando para atrair tamanho interesse? Para entender o apelo de sua obra, acredito que devemos focar primeiro nos elementos com os quais a artista dialoga em suas fotografias.

1.2. MOMENTOS KODAK

As primeiras fotografias tiradas por Heintz foram produzidas na própria casa da artista. Nelas, cenas banais do cotidiano eram representadas como uma evocação aos “momentos Kodak”³³ vividos com sua família na infância. São imagens que mostram os pequenos momentos do dia a dia como elementos figurativos alegóricos: em “Futebol da Noite de Segunda-Feira”, a entediada esposa grávida senta ao lado do marido enquanto ele assiste a uma partida de futebol americano, tradição das noites de segunda-feira (Fig. 4); em

³¹ Número fornecido pela artista em seu site. Entretanto, é difícil verificar esse dado, uma vez que o trailer oficial foi tirado do youtube quando Heintz migrou todos os seus vídeos para uma plataforma chamada “The8app”.

³² <<https://imitatinglifefilm.com/filmmakers/artful-beginnings/>>. Acessado em julho de 2016.

³³ Referência citada em diversas entrevistas pela artista, inclusive na matéria que escreveu ao *Huffington Post*, como pode visto em: <www.huffingtonpost.com/suzanne-heintz/mannequin-family_b_4897239.html>. Acessado em junho de 2016.

“Tesoura de Podar”, mãe e filha cortam as flores de seu jardim bem cuidado de sua casa no subúrbio norte-americano (Fig. 5); em “Beijo de Boa-noite”, a mãe zelosa que dá um beijo na filha ao colocá-la para dormir (Fig. 6); em “Banhistas”, a família se banha na piscina de plástico do quintal para espantar o calor do verão (Fig. 7); em “Pratos”, mãe e filha lavam a louça enquanto a mãe conversa alegremente ao telefone (Fig. 8); já em “A árvore”, a família se reúne na manhã de Natal para abrir os presentes que estão ao redor do pinheiro natalino (Fig. 9).



Figura 4: “Futebol da Noite de Segunda-Feira”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 5: “Tesoura de Podar”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 6: “Beijo de Boa-noite”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 7: “Banhistas”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 8: “Pratos”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 9: “A árvore”, Suzanne Heintz, 2000.

Com exceção da Figura 4, todas as imagens representam momentos 'felizes' do que seria a vida de uma típica família de classe média do subúrbio norte-americano. O tom mais esmaecido dessas primeiras fotografias mostra a preocupação da artista em recriar as cores mais pálidas das fotos dos antigos álbuns de família e dos *snapshots* caseiros feitos em *kodachrome* nas décadas de 50 e 60, aos quais ela faz uma referência direta em seu trabalho, principalmente nas cores, padrões e texturas presentes no próprio figurino e no de seus manequins.

Nas fotos, Heintz representa a figura da Esposa e da Mãe, vivendo na domesticidade que deveria almejar em sua vida pessoal. Ela se torna a mulher dedicada ao lar e à maternidade, mas que mantém a sua feminilidade com roupas “da moda”, batom e unhas vermelhas bem-feitas. Seu marido é alto, magro, atraente e bem-vestido, indicando que provavelmente é bem-sucedido no que faz. Sua filha, uma mini-imagem de si, aprende com a mãe os seus futuros afazeres domésticos. É uma idílica vida perfeita em família!

Entretanto, as primeiras fotos tiradas por Heintz com seus manequins (Fig. 10 e 11) não apenas eram mais puxadas para as cores azul e rosa de “Futebol da Noite de Segunda-feira”, provavelmente tomando como referência os experimentos com cores presente na obra de artistas conceituais de videoartistas, como Bruce Nauman e Pipilotti Rist, como também trabalhavam com o “borrado” na imagem, um ruído que remete ao instantâneo e ao espontâneo. Tudo isso combinado à presença dos humanóides de fibra de vidro e resina plástica, acabava conferindo um aspecto surreal de “pesadelo” às imagens.

“Eu comecei em um estilo mais sério e sombrio quando fiz os primeiros testes de fotos e pensei que não foram muito eficientes. Eles eram meio sombrios. O projeto evoluiu para uma sátira bem-humorada e eu acho que assim é mais eficiente. Fazê-los rir e surpreendê-los, esse é o caminho para começar a conversa”, contou Heintz na supracitada entrevista ao programa ‘*Arts District*’³⁴. Timidamente, o sorriso satírico de Suzanne Heintz foi aparecendo nas fotos para nos fazer rir e pensar.

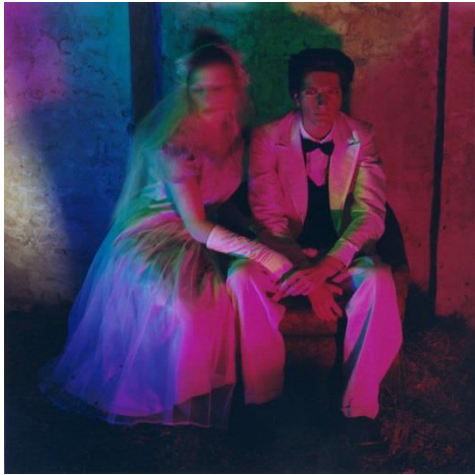


Figura 10: “Early work with *Mannequins & Marriage*”, Suzanne Heintz, 1999-2000.



Figura 11: “Early work with *Mannequins & Marriage*”, Suzanne Heintz, 1999-2000.

Nas lembranças de imagens revistas, pelas residem no aquela família estampada dos anos 1950 Peter Stevens *American* parecida com foto publicada



Figura 12: *The American Magazine*, Peter Stevens, abril de 1952.

fotografias que seguiram essas duas, Heintz não está evocando apenas uma sua própria história, mas a memória de criada coletivamente pela publicidade, pelas séries e filmes norte-americanos que nosso imaginário coletivo. Essa é também bem composta e sorridente que estava nos mais diversos meios de comunicação e 1960, como, por exemplo, na arte feita por para a capa de abril de 1952 da *The Magazine* (Fig. 12), que é conceitualmente a cena da mãe com a filha no jardim, ou na pela revista *Life* nos anos 1960 de Jackie

³⁴ Tradução nossa da entrevista acessada em <http://video.rmpbs.org/video/2365626597/>. Acessado em junho de 2016.

Kennedy, o ícone americano da mãe exemplar que exhibe glamour no dia a dia, até quando colocando sua filha para dormir (Fig. 13).



Figura 13: Jackie Kennedy colocando sua filha para dormir, revista Life, 1960.



Figura 14: Programação da ABC, década de 1960.

É a família das *sitcoms* americanas que enchem as telinhas nas décadas de 1950 e 1960 que estão também presentes como farsa nessas fotos. A TV norte-americana da época dava vazão ao sonho da vida suburbana de classe média em sua programação com várias comédias de situações que giravam em torno da figura da família nuclear (Fig. 14). Séries que fizeram sucesso nessas décadas, como *The Donna Reed Show*, *The Dick Van Dyke Show*, *The Adventures of Ozzie and Harriet*, *Leave it to Beaver* e *Father Knows Best*, seguiam a fórmula padrão da mãe dona de casa que se preocupa com o bem-estar do marido e filhos; marido que provém o sustento da casa e ajuda a solucionar os problemas familiares e crianças que ingenuamente não conseguem lidar com as situações da vida por falta de experiência. Essas famílias enfrentavam a cada episódio problemas “cotidianos” e, sem modificar a estrutura fundamental do programa, o conflito era resolvido ao final do próprio episódio a tempo para o jantar (ou qualquer momento feliz em família particular de cada série).

Para Kellner, essas *sitcoms* podiam ser vistas como “peças de moralidade televisivas que apresentam rituais que produzem e transmitem a ideologia hegemônica porque celebram o triunfo das normas, valores e boa vontade que possibilitam ao indivíduo resolver conflitos com sucesso”

(KELLNER; 1979 apud CAMPBELL & KEAN; 2005, p. 285). Apesar de acreditar que a cultura se constitui por um diagrama de tensões em que estão em jogo forças multidirecionais que tencionam essa transmissão de valores e normas e concordar com a tese de que em geral os receptores não são tão passivos quanto o autor citado parece sugerir, é inegável a influência que essas comédias, bem como toda a programação televisiva da época, tiveram na constituição dos hábitos familiares dos norte-americanos.

Dados mostram que o número de aparelhos televisivos passou de 20,000 em 1946 – o

que representava apenas 0.02% das casas norte-americanas – para 30,5 milhões em 1955, passando a residir em 64% dos lares do país³⁵. Em 1960, cerca de 87% das casas norte-americanas já possuía um aparelho de televisão e o americano médio passava mais de cinco horas diárias em frente à televisão³⁶. Em 1962, uma pesquisa de opinião realizada pela empresa Gallup mostrou que o número de pessoas que acreditava que a televisão era uma boa influência correspondia ao dobro de pessoas que achava que a influência da televisão era negativa (BROWN & HAYES, 2009, p. 112).

Esses números impressionantes refletem o quanto a televisão passou a ser um objeto desejado em torno do qual a família podia se reunir durante esses primeiros anos “dourados”. Em 1971, em uma sessão especial da revista *Life* sobre os primeiros vinte e cinco (25) anos da televisão, o historiador Daniel J. Boorstin, ao escrever sobre o impacto da TV na sociedade, chegou a comparar a reunião da família em torno do aparelho de televisão com o fogo dos habitantes das cavernas que atraía as pessoas em busca “calor, segurança e união” (BOORSTIN, 1971, p. 36 apud BROWN & HAYES, 2009, p. 116). O pesquisador também afirmou no ensaio que “assim como a imprensa democratizou o aprendizado, o aparelho de televisão tem democratizado a experiência” (BOORSTIN, 1971, p. 36).

Por esse viés, a experiência que a televisão propagava nos anos 1950 era uma que espelhava os valores do subúrbio norte-americano e o consumo excessivo de bens de consumo, ao mesmo tempo em que servia para intensificar essas mesmas características culturais (CAYTON, 1993). Como afirma Mary Kupiec Cayton (1993),

A sempre alegre família de classe média das comédias de situação (*sitcom*) televisivas como *Father Knows Best*, *Leave It to Beaver* e *I Love Lucy* mostravam a milhões de espectadores suburbanos, e para aqueles que olhavam para os subúrbios como um ideal social, um mundo que eles desejavam acreditar que era – ou podia ser – o seu próprio: um mundo de pais fortes e devotados com crianças simpáticas, asseadas e sábias vivendo em casas novas e brilhantes e que são confrontados apenas com problemas que podem ser resolvidos em trinta minutos. Explorando as pequenas crises suburbanas, elas raramente desafiavam seus valores subjacentes ou confrontavam a América que estava além de seus bens aparados gramados³⁷.

É por isso que as fotografias de Suzanne Heintz também estão em diálogo com as imagens transmitidas por essas obras. A própria artista faz menção a uma dessas séries para colocar em questão a imagem do casamento ideal e o tipo de vida predeterminado por ela, na seção “Sobre” de seu site pessoal: “Ozzie e Harriet estão mortos. Então por que essa ideia

³⁵ Dados extraídos de Fuller-Seely, 2007, p. 103.

³⁶ Dado extraído de Cayton, 1993. Disponível em: <galegroup.com/apps/doc/BT2313026907/UHIC?u=oldt1017&xid=6851f7a0>. Acessado em julho de 2016.

³⁷ Tradução minha.

antiquada ainda está afetando nossa imagem do casamento?”³⁸.

The Adventures of Ozzie and Harriet foi uma série de comédia exibida por 14 anos e que até hoje mantém a marca de ser a sitcom “com pessoas” de maior duração na história da televisão norte-americana. Com histórias curtas e conflitos aparentemente insignificantes, o programa se tornou um sinônimo de como deveria ser a vida familiar nos anos 1950 e teve durante toda a sua exibição uma audiência fiel, apesar de nunca ter sido um dos 10 programas mais vistos do país.

O programa narrava o dia a dia da família Nelson, composta por Ozzie e Harriet, um típico casal do subúrbio americano com dois filhos jovens, David e Ricky. De acordo com Linder (2005, p. 64), “os Nelson forneciam um padrão para que as famílias do subúrbio pudessem imitar. Eles nos mostraram qual aparência a casa deveria ter (e quais novos aparelhos nós deveríamos ter), como interagir com nossos vizinhos, e como criar as crianças. Eles nos mostraram como sermos mães, pais e filhos na América do pós-guerra”.



Figura 15: *The Adventures of Ozzie and Harriet*, ABC, década de 1960.

Um diferencial dessa série que estreou primeiramente no rádio, em 1944, foi o fato de ela retratar uma família real: Ozzie Nelson realmente se casou com Harriet Hilliard, sua companheira de banda. O casal realmente teve dois filhos que começaram a atuar no programa com eles no programa de rádio a partir de 1949 (Fig. 15). Em 1952, quando Ozzie resolveu levar sua série para a televisão com um contrato de 10 anos com a American Broadcast Company (ABC), ele decidiu que seria melhor ficcionalizar alguns aspectos de sua vida, como, por exemplo, suprimir do show seu trabalho como músico, apesar de ter mantido grande parte da estrutura do programa que já tinha no rádio.

Elementos da vida real dos Nelsons apareciam na série e outros transbordavam da ficção para a realidade, como a carreira musical de Ricky, que começou cantando no programa, ou como as esposas dos filhos do casal que passaram também a fazer parte da trama depois dos respectivos casamentos. Os problemas que lidavam nos episódios eram geralmente inocentes e relativamente pequenos: recriar uma fotografia perdida, procurar sorvete de cereja, passar mais tempo em família ou uma divergência familiar causada pelo gosto musical diferente de cada um deles. Isso apenas reforçava a aparência de realidade do

³⁸ Tradução minha. Original em <<http://suzanneheintz.com/life-once-removed/>>. Acessado em junho de 2016.

programa (LINDER, 2005) e passava uma mensagem de conforto para o espectador que criava “um desejo de fantasia realizada que era essencialmente nostálgico” (JONES, 1992, p. 93).

Contudo, apesar de ser um caleidoscópio de referências visuais, o trabalho de Suzanne Heintz dialoga principalmente com a construção discursiva feita pelas diversas peças publicitárias da Eastman Kodak Co. É com o “Momento Kodak”, uma expressão que ultrapassou o significado inicialmente proposto de 'um momento para tirar uma foto' para se tornar internacionalmente uma metáfora de uma situação agradável que vale a pena guardar como lembrança. Isto porque a campanha estabeleceu, a partir de uma série de preceitos, a necessidade de se preservar as ocasiões significantes da vida, tais como eventos de família e viagens. A Kodak, ao ampliar o escopo da atividade fotográfica com o barateamento dos custos e a popularização desse hábito, modificou também a função e o uso social da fotografia.

Até o final do século XIX, a fotografia era realizada por fotógrafos profissionais em estúdios ou por 'amadores' interessados em arte a partir de um procedimento relativamente complexo: uma placa de vidro era preparada e instalada no fundo da câmera pelo fotógrafo; este deixava a luz passar por um pequeno orifício na lente da câmera com intuito de sensibilizar essa placa de vidro; depois, ele cuidadosamente removia essa placa da câmera e a guardava num local distante de fontes de luz; essa placa era, então, tratada dentro de um quarto escuro pelo fotógrafo usando alguns produtos químicos e era revelada em um papel especial.

Portanto, naquela época a fotografia era considerada uma atividade cara e complicada que requeria um conhecimento técnico específico. Como afirma Roland Barthes (2015, p. 17), “tecnicamente, a Fotografia está no entrecruzamento de dois processos inteiramente distintos: um é de ordem química: trata-se da ação da luz sobre certas substâncias; outro é de ordem física: trata-se da formação da imagem através de um dispositivo óptico”. Quando a Kodak introduziu no mercado sua primeira câmera com rolo de filme fotossensível, em 1882, tal tecnologia já era conhecida por alguns fotógrafos profissionais e amadores sérios, mas era vista com maus olhos por ambos porque proporcionava imagens com qualidade muito inferior às das frágeis placas de vidro (MUNIR & PHILLIPS, 2005). O rolo de filme, contudo, oferecia a vantagem de ser mais prático, pois liberava o fotógrafo da obrigação de carregar e manipular as placas de vidro fazendo com que as câmeras fossem muito mais compactas.

O que a companhia fez ao longo das décadas que seguiram o lançamento da sua câmera de rolo de filme foi mudar o discurso que associava tirar uma foto a um complexo

processo alquímico e artístico para transformar esse gesto numa atividade social popular. A partir de campanhas publicitárias massivas que afirmavam a facilidade do uso da máquina e a necessidade de se preservar a memória e recordar todos os “momentos Kodak” de suas vidas, focou-se majoritariamente num nicho de mercado pouco explorado até o momento: as mulheres (MUNIR & PHILLIPS, 2005).



Figura 16: “Hawk Eye”, Kodak, 1890.



Figura 17: “Você aperta o botão e a gente faz o resto”, Kodak, final do séc. XIX.

se tornou o símbolo da mulher moderna, aventureira e independente e logo se tornou a figura central da companhia dos anos 1890 até 1960 (Fig. 19, 20 e 21). Ela não deveria ser apenas a fotógrafa, mas também alguém a ser fotografado.

Em 1900, a empresa lança no mercado a pequena e barata câmera Brownie que, por um dólar gasto na compra da máquina e quinze (15) centavos no filme de seis (6) poses, dava a todos o poder de fazer maravilhosos instantâneos de amigos e de familiares sem maiores

Por volta de 1889, as propagandas da empresa de George Eastman apresentavam mulheres comprando máquinas fotográficas e tirando instantâneos para provar o quão fácil era utilizar o aparelho (Fig. 16 e 17). Com a campanha “Você aperta o botão e a gente faz o resto”, a Kodak desassociou os dois conhecimentos teóricos que Roland Barthes utilizou para descrever a fotografia para reorganizar o discurso técnico da mesma a partir do uso do aparelho, que seria algo “tão simples quanto apertar o botão”. Nelas, os usuários eram encorajados a tirar fotos espontâneas e destacava-se o aspecto divertido da fotografia, isto é, o prazer e a aventura que era tirar uma fotografia. Algo que ia de encontro com o caráter sério da fotografia profissional e do cuidado artístico por trás das fotos dos antigos fotógrafos amadores.

Foi nessa época também que apareceram os primeiros anúncios estrelando a “Garota Kodak”, uma jovem sorridente e estilosa que está sempre apontando sua câmera Kodak, pronta para tirar uma foto (Fig. 18). A “Garota Kodak”

conhecimentos técnicos. É nesse momento que o foco do discurso publicitário da empresa muda para a importância de preservar a memória doméstica. A intenção não é mais se divertir com o aparelho e registrar o moderno e o inesperado, mas preservar os momentos e eventos que 'realmente' importam na vida das pessoas.

Enquanto havia certamente algum ceticismo em relação à quão 'refinado' era usar uma Kodak, as elaboradas campanhas da Kodak enfatizavam a conexão entre mulheres, câmeras e famílias, servindo para substancialmente aliviar essa preocupação. No final do século XIX, tornou-se um imperativo moral registrar a 'história' familiar e buscar prazer na produção e consumo de imagens como uma atividade familiar inclusiva (MUNIR & PHILLIPS, 2005, p. 1677).

As campanhas da Eastman Kodak construíram por décadas o modelo da classe média norte-americana, retratando-a por trás das imagens da família saudável e feliz. Vale notar que todos os “momentos Kodak” representavam apenas momentos felizes ou divertidos, cujas temáticas e tons eram cuidadosamente selecionados por Eastman a despeito da aparência espontânea que se estava vendendo como principal atributo das imagens. De acordo com West (2000), a propaganda da Kodak ensinou aos fotógrafos amadores uma nova forma de apreender suas experiências e memórias como objetos de nostalgia e mudou a relação dos norte-americanos com o luto ao expurgar todos os traços de tristeza e morte que estavam presentes, por exemplo, nas fotografias *post-mortem* realizadas principalmente entre os anos 1840 e 1880 nos Estados Unidos.



Figura 18: “Take a Kodak with you to the World’s Fair”, Kodak, 1893.

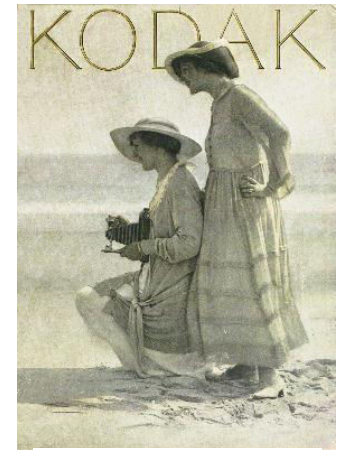


Figura 19: Garotas Kodak, Kodak, 1916.

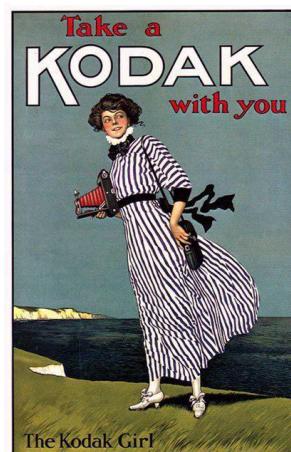


Figura 20: “Take a Kodak with you”, Kodak, 1920.



Figura 21: Garota Kodak, Kodak, 1946.

Essas fotos tornaram-se extremamente populares com o surgimento do daguerreótipo e

retratavam crianças ou outros membros da família após a sua morte, servindo de recordação para as famílias. Elas tinham características bem diversas entre si, pois podiam ser tiradas com a família próxima ao morto no caixão (Fig. 22); com o morto sozinho ou em família como se estivesse apenas dormindo (Fig. 23 e 24); com o morto sentado com os olhos pintados como se estivesse vivo (Fig. 25); ou ainda com o morto em pé, num suporte especial, dando a impressão de estar ainda vivo (Fig. 26).



Figura 22: Fotografia Post-Mortem, século XIX.



Figura 23: Fotografia Post-Mortem, século XIX.



Figura 24: Fotografia Post-Mortem, século XIX.



Figura 25: Fotografia Post-Mortem, século XIX.



Figura 26: Fotografia Post-Mortem, século XIX.

Para Marie Warner Marien, devido à alta taxa de mortalidade infantil no final do século XIX, bebês e crianças eram os principais assuntos fotográficos dessa prática que se tornou rotineira para a classe média americana a partir da metade do século XIX (MARIEN, 2002). Essas fotos ocupavam um lugar de destaque nas casas vitorianas e passaram a ser consideradas, socialmente, como uma forma de preservar a lembrança do membro da família morto e ajudar no processo de luto. Atualmente, parece estranha e até mesmo macabra a existência dessas fotos, mas vale lembrar que naquela época as pessoas geralmente morriam nas suas próprias casas, sendo comum lidar com a morte no ambiente familiar. Além disso, essas fotografias eram vistas como uma forma de combater a morte, pois como afirma West

(2000, p. 139), “se a vida deles deveria ser curta, sua imagem pelo menos poderia perdurar. Se a vida deles já tinha sido tirada, o daguerreotipista poderia tirar um retrato duradouro, preservando seus corpos no mundo imóvel e quieto da fotografia³⁹”.

A Kodak, sensível a esse interesse de preservação da memória, apresentou sua câmera como o equipamento ideal para as pessoas retratarem os momentos preciosos que mereciam ser lembrados. West aponta como uma estratégia primária da empresa comercializar a fotografia como uma antiguidade, promovendo, assim, “o momento presente como já sendo parte do passado, engendrando então a noção de que se podia destacar do denso fluxo da realidade moderna momentos únicos, de bom gosto, consumíveis e colecionáveis” (WEST, 2000, p. 157).

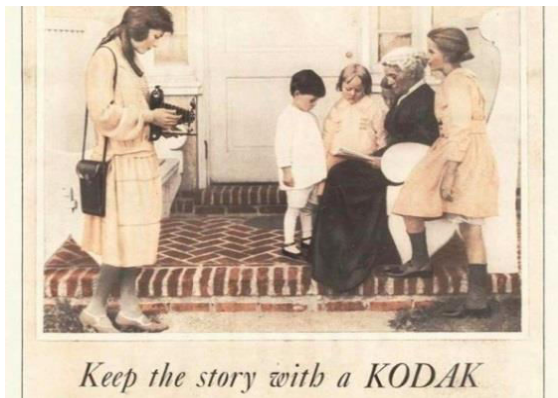


Figura 27: “Keep the story with a KODAK”, Kodak, 1922.

A ideia do “momento único a ser preservado”, contudo, não se estabeleceu sem ter consigo o conceito de álbum de família como espaço em que se preservava essa memória. O álbum de família passou a ocupar de certa forma o lugar das antigas relíquias, absorvendo para si a criação de uma narrativa familiar (Fig. 27). Essa trajetória familiar narrada a partir de seus melhores momentos era absolutamente selecionada para representar não

apenas os que valiam a pena ser lembrados, mas aqueles que gostaríamos de lembrar no futuro. Nas palavras de West (2000, p. 161), “o álbum de retratos torna-se assim algo que é compartilhado de uma geração para a outra, o que implica que passado e presente se unem através de ambos os atos de tirar e olhar para fotografias”.

Com o final da Segunda Guerra Mundial e o retorno dos soldados, a empresa procurou ainda mais fortalecer o discurso ao redor da família, encorajando as mulheres a criar a sua própria história familiar através da fotografia, associando dessa forma suas novas câmeras às esposas e sua vida familiar ao invés de jovens modelos dentro da mais nova moda, como faziam com a garota Kodak dos anos 1920 e 30. Como afirmam Munir e Phillips (2005, p. 1677),

A primeira serie de desenhos comissionados por Eastman para propósitos

³⁹ Tradução minha.

publicitários retratava 'famílias' e celebrava crianças, em particular de classes médias e altas (...). O Jornal Kodakery direcionou sua atenção para produção e consumo orientado para a família, o que encorajava o registro de 'momentos em família' que depois se tornaram conhecidos como 'momentos Kodak'.

Esse tipo de publicação ajudava a promover os álbuns de retrato com a ideia de que poderiam e deveriam ser compartilhados com amigos e parentes como forma de dividir experiências e solidificar a história familiar. Na maior parte das propagandas, os álbuns eram mostrados no meio de cenas de uma família feliz. A construção de um álbum de retrato como parte da interação em família foi um aspecto importante para inspirar o uso do rolo de filme pelas famílias durante o seu dia a dia (Fig. 28, 29 e 30). Assim, a existência desse novo objeto fez o processo de tirar fotografias e vê-las mais prático, interessante e significativo.



Figura 28: Propaganda da Brownie Starmeter, Kodak, década de 1960.



Figura 29: Propaganda da Brownie, Kodak, 1955.



Figura 30: Propaganda da Brownie, Kodak, 1951.

Apesar de não ter sido a única empresa a fazer essa virada em direção a um discurso de integração familiar, como discuto adiante, a imagem criada pela Kodak do sonho americano tornou-se parte do cotidiano das pessoas, com os quadros puros e homogêneos criados pela companhia, que junto ao familiar logo amarelo e vermelho, insinuaram-se no interior de toda uma vida familiar de tal maneira que “se você quisesse ser vista como uma mãe carinhosa e dona de casa respeitável, tinha que registrar a evolução e crescimento da sua família”⁴⁰ (MUNIR, 2012). Por conseguinte, as crianças também apareciam como assunto frequente em diversos comerciais, seja ao redor da árvore de Natal (Fig. 31), no colo do pai ouvindo uma história (Fig. 32) ou brincando no quintal (Fig. 33). Para mais, o repertório de momentos Kodak estendia-se a uma gama enorme de imagens que retratavam a família feliz também nos momentos festivos (Fig. 34) ou fazendo uma viagem para algum lugar nas férias

⁴⁰ Tradução minha.

(Fig. 35).



Figura 31: “Snapshots at Christmas”, Kodak, 1957.



Figura 32: Propaganda da Brownie, Kodak, década de 1950.



Figura 33: “Bedtime story by the fireplace”, Kodak, 1965.



Figura 34: “Thanksgiving dinner, children breaking wishbone”, Kodak, 1968.



Figura 35: “Family Camping”, Kodak, 1959.

1.3. MÍSTICA FEMININA NOS ANOS 1950

Mas por que essa imagem da mulher como mãe zelosa e “rainha do lar” foi tomando conta das propagandas da Kodak no final dos anos 1940 em detrimento da jovem e independente Garota Kodak dos primeiros anúncios? O que levou os programas televisivos a endear a família norte-americana presidida pelo pai trabalhador e a mãe com avental de

cozinha? E, finalmente, o que levou esse tipo de invenção do feminino a ir tomando conta das narrativas socioculturais dos anos que sucederam a Segunda Guerra Mundial?

A ênfase na domesticidade feminina no pós-guerra se refletiu, por exemplo, no declínio da idade em que as mulheres passaram a se casar. De acordo com Cayton (1993), “a idade média do primeiro casamento para mulheres caiu mais de um ano entre 1940 e 1960, mudando de 21,5 para 20,3 anos”, já Harvey (2002, p. 69 apud Lamb, 2011, p. 10) afirma que a idade média do primeiro casamento para homens e mulheres caiu respectivamente de 24,3 e 21,5 anos em 1940 para 22,6 e 20,4 em 1950. A sociedade norte-americana também teve um aumento significativo na taxa de natalidade a partir do final da Segunda Guerra, com o nascimento estimado de 75,4 milhões de crianças entre 1946 e 1964 (os chamados 'baby boomers') de acordo com o U.S. Census Bureau⁴¹, o escritório demográfico responsável pelo censo da população norte-americana. Além disso, facilidades de financiamento para a compra de casa, levaram muitas famílias a se mudar para o subúrbio atrás do novo Sonho Americano.

A publicidade passou a girar em torno da dona de casa como a consumidora final de uma série de produtos de diferentes marcas que iam desde detergentes até a mais nova geladeira (Fig. 36 e 37). A imagem da mulher com seu avental cuidando das crianças, preparando a comida e esperando o marido com um sorriso no rosto estava presente não apenas na propaganda e na televisão, como já citei, mas também foi estampada como o ideal de vida nas revistas femininas desse mesmo período (Fig. 38). Seja na venda de cigarros, do carro novo ou da icônica sopa Campbell, as propagandas encorajavam os americanos a celebrar uma vida consumista de classe média suburbana.

Na escola, aprendia-se que para ser a mulher ideal era só seguir algumas regras básicas: “tenha o jantar preparado, prepare a si mesma, prepare as crianças, minimize todo o barulho, esteja feliz em vê-lo, ouça o que ele diga, faça a noite dele” (HOME ECONOMICS HIGH SCHOOL TEXT BOOK, 1954 apud LAMB, 2011, p. 1)⁴². Até mesmo Hollywood curvou-se diante da imagem de domesticidade feminina da



Figura 36: Propaganda de Detergente com Ozzie e Harriet, Tide, 1956.

⁴¹ <<https://www.census.gov/newsroom/press-releases/2015/cb15-113.html>>. Acessado em janeiro de 2017.

⁴² Vale notar que a fonte atribuída por Vanessa Martins Lamb, em sua dissertação de 2011, para o livro de economia doméstica citado é um site que discute a existência concreta de tal livro ou não, a partir da imagem de um suposto guia da boa esposa: <<http://www.snopes.com/history/document/goodwife.asp>>. Apesar de

década de 1950: atrizes como Joan Crawford e Katherine Hepburn que nos anos 1930 interpretavam mulheres briguentas e independentes foram dando espaço para atrizes como Debbie Reynolds e Doris Day, que na maior parte de seus filmes representavam jovens doces, inocentes e sonhadoras.

Betty Friedan escreve que apesar de ser a única profissional a ser frequentemente citada do final da década de 1930 até o início dos anos 1960 nas revistas femininas norte-americanas, a imagem das atrizes também sofreu mudanças significativas no pós-Segunda Guerra Mundial, já que “de indivíduo complexo, com temperamento ardente, dimensão interior e uma particular inclinação de espírito passava a ser um objeto sexual, uma recém-casada com cara de bebê, ou uma ativa dona de casa” (FRIEDAN, 1971, p. 49).

Mesmo com a ausência significativa da representação de mulheres que trabalhavam fora de casa nessas revistas durante o período supracitado, é interessante notar que mesmo assim a porcentagem de mulheres empregadas subiu de 30% em 1947 para 35% em 1960. Entre as mulheres casadas esse aumento foi ainda maior: se em 1940, 17% das norte-americanas casadas estavam trabalhando fora de casa; 20 anos depois esse número quase duplicou, totalizando 32% de mulheres ocupando cargos profissionais em 1960 (CAYTON, 1993).

Friedan narra no prefácio de “A mística feminina” que aquilo que a levou a questionar a maneira de viver da

mulher norte-americana quando começou a escrever seu icônico livro, foi exatamente a dúvida que sentia em relação a sua própria vida como esposa e mãe de três filhos e o remorso que sentia em utilizar sua capacidade e seus conhecimentos em um trabalho que a afastava de



'Here's the momy G-E Refrigerator my family won't outgrow!'

Figura 37: Propaganda de Refrigerador, GE, 1952.

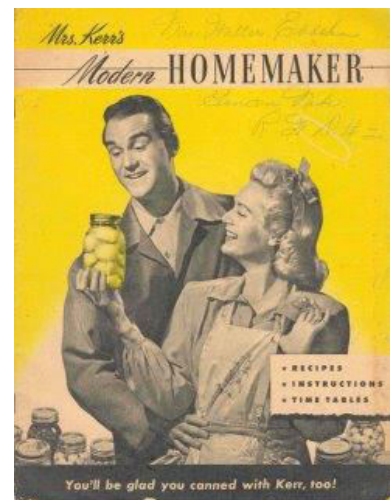


Figura 38: “Modern Homemaker”, Mrs. Kerr’s, 1947.

concluir que não é possível saber se a lista de fato fez parte de um livro educativo, mesmo tendo sido citado no livro “10 Things You Can't Say in America”, publicado por Larry Elder, em 2000, o site (e eu também), acredita que a lista é uma boa condensação da subserviência que se esperava das mulheres na sociedade norte-americana dessa época e que as levava a acreditar que o aspecto servil das relações matrimoniais era a sua função.

casa. Essa dúvida a fez interrogar meticulosamente suas 200 ex-colegas de turma da Smith College, uma faculdade privada de artes liberais para mulheres em Northampton, Massachusetts, quinze anos depois de ter se formado, para entender a maneira como viviam e se relacionavam com as questões do dia-a-dia. O que a autora percebeu foi que

[...] os problemas e as alegrias de suas vidas e da minha [...] não se adaptavam à imagem da americana moderna, tal como se apresentava nas revistas femininas e tal como era estudada e analisada em clínicas e salas de aula, incessantemente louvada ou condenada, desde o fim da Segunda Guerra Mundial. Havia uma estranha discrepância entre a realidade de nossa vida de mulher e a imagem à qual nos procurávamos amoldar, imagem que apelidei de mística feminina, perguntando a mim mesma se outras mulheres, num círculo mais amplo, se defrontavam também com esta cisão esquizofrênica⁴³ e qual seria o seu significado (FRIEDAN, 1971, p. 11).

Para a autora, a mística feminina é a crença na afirmação de que o único dever da mulher é a realização da sua própria natureza que consiste “na passividade sexual, no domínio do macho, na criação dos filhos e no amor materno” (FRIEDAN, 1971, p. 40). A mística glorifica a mulher *feminina*, enfatizando as suas supostas responsabilidades sexuais e biológicas. Como afirma Friedan (1971, p. 40), “a nova imagem de que essa mística reveste a mulher é também uma velha imagem: «ocupação — dona de casa». Transforma a esposa-mãe, que jamais teve oportunidade de ser outra coisa, em modelo para todas as mulheres”.

Assim, a mística afirma que o papel da mulher na sociedade é ser apenas esposa, mãe e dona de casa. Sua virtude estaria em cuidar dos filhos e da casa, pois tudo aquilo que fugiria a isso seria masculinizante para a mulher e a afastaria de sua essência doméstica. Àquelas mulheres que vivessem com diligência, a feminilidade realizar-se-ia, seguida da “felicidade perfeita do lar”, na qual cada um cumpriria a função que lhe cabe. O que Friedan estava tentando entender (e explicar) em seu livro é como, em tão pouco tempo, essa visão da mulher tomou conta da sociedade a ponto de fazê-la tentar moldar-se a essa imagem feminina que estava sendo paulatinamente afirmada.

É verdade que essa imagem não surgiu de uma hora para outra depois do retorno dos soldados após a Segunda Guerra Mundial. Em 1936, por exemplo, no filme “Tempos Modernos” de Charlie Chaplin, após ver uma cena exagerada de felicidade conjugal, em que uma dona de casa delirantemente feliz se despede de seu marido que está a caminho do

⁴³ Apesar de não entender a escolha da tradutora em utilizar “cisão esquizofrênica” ao invés de “cisão esquizofrênica”, como dita a norma gramatical da concordância nominal atual, ou, até mesmo, só a palavra referente ao distúrbio “esquizofrenia”, preferi manter-me fiel a grafia original da tradução fazendo as ditas ressalvas.

trabalho, “O Vagabundo” descreve para “The Gamin” – a garota que encontra na rua – seu sonho para os dois: uma vida suburbana de abundância, na qual ele consegue pegar laranjas e uvas pela janela, além de tirar o leite diretamente de uma vaca em seu quintal enquanto espera o jantar que ela – vestida com o tradicional avental de dona de casa – tem para servi-lo: um enorme e suculento pedaço de carne (Fig. 39). Com essa fantasia paródica de um moderno Jardim do Éden da abundância suburbana, Chaplin já estava questionando os limites de quem tinha direito ao sonho da felicidade consumista que estava cada vez mais presente na sociedade norte-americana.



Figura 39: “*Tempos Modernos*”, Charlie Chaplin, 1936.

No final da década de 30, período em que Charlie Chaplin lançou o seu mais famoso filme, a sociedade americana ainda estava vivendo as consequências da Grande Depressão e a domesticidade era vista como um oásis para a classe média meio ao caos presente nas ruas com tantos pedintes e desempregados nas filas do pão. A situação do país era assustadora: “quatro milhões e meio de pessoas estavam listadas como desempregadas em 1930, oito milhões em 1931;

em 1933, quase treze milhões de pessoas – um quarto da força de trabalho – que gostariam de ganhar a vida honestamente não conseguiam achar emprego” (KESSLER-HARRIS, 2003, p. 250). Depois disso, esses números foram melhorando aos poucos, mas foi apenas com a Segunda Guerra Mundial que a produção industrial do país conseguiu se reestruturar definitivamente.

Muitas mulheres do período em questão se viram na obrigação de sustentar a família e entraram para o mercado de trabalho, aceitando trabalhos que pagavam menos e que por muito tempo foram marginalizados e considerados “inferiores” para os homens. Para Kessler-Harris (2003), ao mesmo tempo em que a Grande Depressão “levou mulheres a procurarem trabalhos assalariados, ela fomentou uma posição pública que encorajou uma união familiar e incitou mulheres, no interesse de ter mais trabalho para os homens, a evitarem trabalhos pagos para elas mesmas” (KESSLER-HARRIS, 2003, p. 251). De acordo com a autora, apesar de terem sido quem mais sofreram com o corte de pessoal logo após a quebra da bolsa, as mulheres foram capazes de recuperar seus postos de trabalho com mais rapidez que os homens, uma vez que os tipos de trabalhos que realizavam foram os primeiros a serem reestruturados no período da Depressão. Ainda assim, as mulheres foram acusadas de

roubarem trabalhos daqueles que em tese deveriam ser os verdadeiros provedores, e a sua presença no mercado de trabalho trouxe um extenso debate social sobre se as mulheres – principalmente as casadas – deveriam ou não desempenhar trabalhos assalariados.

É por isso também que de acordo com a historiadora, já nessa época a imagem da esposa amorosa e solidária que não tinha nenhum papel ativo na sobrevivência econômica da família evocava certa nostalgia para a classe média americana. De acordo com Stephanie Coontz (2000), essa imagem familiar surge por volta dos anos 1830 e 1840 com a divisão de trabalho por idade e sexo na classe média, quando a produção caseira foi dando lugar ao trabalho remunerado e a ocupações profissionais fora de casa. A imagem da mulher definida em termos de domesticidade e cuidado maternal dos filhos e a do homem como o “ganhador de pão” e único arrimo da família ganham força nesse período. No entanto, para a mesma historiadora, o modelo de família “tradicional” dos anos 1950 foi algo completamente novo na história norte-americana porque

Sob o renascimento superficial da domesticidade vitoriana e das distinções de gênero, um novo rearranjo de ideais familiares e relações entre homens e mulheres foi realizado. Para mulheres, este novo arranjo envolveu uma redução no que tange o aspecto moral da domesticidade e uma expansão de sua orientação em direção ao serviço pessoal. As mulheres da classe média do século XIX tinha deixado alegremente o trabalho doméstico para os serviços, entretanto mulheres de todas as classes nos anos 1950 criavam pequenos trabalhos em casa e sentiam-se culpadas quando não realizavam tudo elas mesmas. A quantidade de tempo que as mulheres passavam realizando trabalhos domésticos na verdade aumentou durante dos anos 1950, a despeito do advento de alimentos prontos e novos aparelhos domésticos que reduziam o tempo de trabalho; o cuidado infantil absorvia duas vezes mais o tempo delas do que na década de 1920. (COONTZ, 2000, p. 49)



Figura 40: "I've found the job where I fit best!", Office of War Information, 1943.

Sem entrar ainda mais em meandros históricos, é importante notar a grande diferença entre as imagens perpetradas pela mídia que mostrei ao longo do capítulo e as imagens das propagandas políticas norte-americanas feitas durante a Segunda Guerra que conclamavam as mulheres ao trabalho nas fábricas no lugar dos homens que estavam servindo na guerra (Fig. 40). Criações como “Rosie, the Riveter” (Fig. 41) – algo como Rosie, a Rebitadeira, em português –, que chegou a ser estilizada até por Norman Rockwell (Fig. 42), foram feitas para representar as mulheres reais que trabalharam nas fábricas de artefatos militares dos anos 1940 (Fig. 43).

Chega a ser chocante o contraste que causa a comparação entre uma publicidade de roupa íntima feminina de 1942 (Fig. 44) que se colocava como um tipo de munição de guerra essencial na ajuda do “poder feminino” e uma propaganda de gravata de 1951, menos de 10 anos depois, que conclamava o homem a mostrar para a esposa submissa que o mundo é dos homens (Fig. 45) e que, como diz a propaganda, “ela fica feliz em saber que é”. Ou até mesmo comparar a propaganda da garrafa de alumínio Alcoa de 1953 –a qual informa que uma *mulher* consegue abri-la sem a ajuda do abridor ou do marido (Fig. 46) - ao cartaz de uma mulher mostrando o muque com os dizeres “nós podemos fazer isso” feita por J. Howard Miller em 1943 para a fábrica Westinghouse Electric (Fig. 47), e que se tornou um ícone do feminismo dos anos 1980 com sua redescoberta.



Figura 41: “Rosie, the Riveter”, capa, 1942.



Figura 42: “Rosie, the Riveter”, Norman Rockwell, 1943.



Figura 43: “Secretaries, housewives, waitresses, women from all over central Florida are getting into vocational schools to learn war work”, Office for Emergency Management, 1942.



Figura 44: “An essential aid to ‘Woman-Power’”, Berlei, 1942.



Figura 45: “Show her it’s a man’s world”, Van Heusen, 1951.



Figura 46: “You mean a woman can open it?”, Alcoa Aluminum, 1953.



Figura 47: “We Can Do It!”, Westinghouse, 1942.

É claro que esses são exemplos que se encontram em “extremos”, mas eles servem para mostrar que apesar de não ser a única imagem feminina do período, a mística examinada por Friedan foi uma das mais presentes – senão a mais potente – formas de invenção do *feminino* nesse período. Entretanto, a autora identificou que com esse bombardeio midiático e a afirmação de especialistas de que apenas a maternidade e a domesticidade eram capazes de fazer as mulheres felizes, passou a haver um vazio e um sentimento de insatisfação na vida das mulheres da classe média suburbana. A diferença entre aquilo que elas liam e viam nas revistas e na televisão e aquilo que sentiam causava confusão, dúvida e insatisfação às mesmas, o que resultou naquilo que Betty Friedan chamou de “o problema sem nome”.

Não obstante, Friedan mostra que as análises freudianas de grande parte dos especialistas desse período culpavam as mulheres por sua própria infelicidade e falta de sentimento de realização, afirmando que isso acontecia porque as mulheres não estavam conseguindo realizar na plenitude sua própria natureza doméstica. Talvez esteja aí a enorme força do Mito, tal como foi teorizado por Roland Barthes. O mito é um tipo de fala específica que estabelece em si mesmo um sistema de comunicação que não se define pelo objeto de sua mensagem, mas pela sua forma. Como “fala”, o autor inclui toda unidade que possui significado, seja essa uma síntese significativa verbal (artigo de jornal) ou visual (fotografia).

Para o autor, a forma da fala mítica tem um caráter imperativo que transforma uma contingência histórica em eternidade, “transformando a história em natureza” (BARTHES, 2009, p. 221). Ela é em geral “despolitizada” e produzida pela conotação. Isto acontece

porque é geralmente formada por um signo que já está presente no cotidiano e que ao ser apreendido de forma “parasitária” pelo mito, acaba sendo interpretado como significante e não mais como um signo pronto, o que, no final, dota aquele signo inicial de outros significados⁴⁴. Nas palavras de Barthes (2009, p. 208),

Como total de signos linguísticos, o sentido do mito tem um valor próprio e faz parte de uma história [...]: no sentido [do signo original], já está constituída uma significação, que poderia facilmente bastar-se a si própria se o mito não a tomasse por sua conta e não a transformasse subitamente numa forma vazia, parasitária. O sentido já está completo, postula um saber, um passado, uma memória, uma ordem comparativa de fatos, de ideias, de decisões. Tornando-se forma, o sentido afasta a sua eventualidade; esvazia-se, empobrece, a história evapora-se, permanece apenas a letra. Efetua-se aqui uma permutação paradoxal das operações de leitura, uma regressão anormal do sentido à forma, do signo linguístico ao significante mítico.

Por parecer despolitizada, a fala mítica acaba privando a consciência das relações humanas na sua estrutura constitutiva e no seu poder de construção do mundo. É importante destacar que o mito não esconde a significação daquilo que está sendo ressignificado, ele apenas deforma o sentido do signo original em que opera, transformando-o muitas vezes em exemplo ou símbolo⁴⁵. Dessa forma, o leitor do mito não o vê como parte de um sistema semiológico e sim com parte de um sistema indutivo, em que se pode chegar a uma verdade geral a partir de um número suficiente de casos específicos, já que o mito se estabelece principalmente por meio da repetição. É por isso que o teórico vai afirmar que

O saber contido no conceito mítico é um saber confuso, constituído por associações frágeis, ilimitadas. É preciso insistir sobre esse caráter aberto do conceito; não é absolutamente uma essência abstrata, purificada, mas sim uma condensação informal, instável, nebulosa, cuja unidade e coerência provêm, sobretudo, da sua função. Nesse sentido, pode-se dizer que a característica fundamental do conceito mítico é a de ser apropriado (BARTHES, 2009, p. 210).

Assim, as relações causais entre o significado e o significante mítico se estabelecem de forma a parecerem naturais, escondendo o caráter artificial por trás de sua causalidade construída. É por isso que a significação mítica tem sempre uma parte que se constitui por analogia, uma vez que “a motivação é necessária à própria duplicidade do mito; o mito joga

⁴⁴ O signo no estudo linguístico é um elemento ‘mental’ que corresponde à relação entre significante, isto é, a representação como palavra ou o símbolo; e, significado, ou seja, o seu correspondente na realidade. O signo “leão” é a junção mental que se faz do animal (genérico) presente na natureza e a representação visual e/ou sonora da palavra “leão”.

⁴⁵ Voltando ao exemplo do leão, o mito não esconderia que o signo se refere a um animal, mas imporia na resultante final do signo outro significado ou conceito ao signo final “leão”, como, por exemplo, justo. Dessa forma, todas às vezes que nos referíssemos a “leão”, instantaneamente o pensaríamos como “justo”, qualidade que não tem nenhuma relação fundamental com o significado original do signo.

com a analogia do sentido e da forma: não existe mito sem uma forma motivada” (BARTHES, 2009, p. 218). A intenção do mito é principalmente imobilizar o mundo, é interromper a transformação da vida em novas formas de existências. É transformar o “isso-está” de uma sociedade em “isso-é-foi-e-sempre-será”. Vai ser inclusive através da repetição de um conceito em diferentes falas que o mito pode vir a ser decifrado, já que “é a insistência num comportamento que revela a sua intenção” (BARTHES, 2009, p. 211).

A mística feminina analisada por Friedan é um exemplo primoroso da construção mítica observada por Barthes, uma vez que fez da mãe-dona de casa seu objetivo maior. Sem questionar qual poderia ser o “novo” papel social das mulheres depois que elas passaram a ter acesso à educação superior e a novos postos de emprego, e numa espécie de profecia autorrealizável, as revistas femininas estimulavam a compra de mais produtos para a casa como uma forma de melhorar a vida das donas de casa, vinculando, assim, as mulheres firmemente nesse papel, ao invés de reconhecer que com a ajuda das novas tecnologias e dos aparelhos domésticos modernos essas mesmas mulheres poderiam, por exemplo, ficar livres de boa parte dos trabalhos domésticos dos séculos anteriores e assumir postos de trabalho fora de casa. Assim, a mística conclamou as mulheres a ficarem dentro de casa, cumprindo seu papel “natural” e transformou a imagem do trabalho doméstico – antes uma obrigação enfadonha – em uma imagem doce, nostálgica e segura.

Se a face oculta dos grandes sorrisos e risadas femininas que preenchiam as páginas dos anúncios de produtos para a casa foi o “problema sem nome”, a visão anacrônica de um papel determinado para a mulher tanto em família como em sociedade, isto é, de uma mulher que faz tudo para casar com um homem, que o coloca tanto como centro do seu mundo e que é a única responsável pela bem-aventurança familiar é no mínimo restritiva para uma sociedade que deseja primar pela busca de igualdade entre seus cidadãos. Não que escolher ser uma dona de casa que vive para cuidar dos filhos e do marido seja “o” problema: o cerne da questão está exatamente em quando a escolha é imposta para as mulheres a despeito de sua real vontade, uma vez que como afirma Stephanie Coontz (2000, p. 19),

O emprego da mãe não apresenta nenhum problema intrínseco para as crianças, mesmo em uma idade muito precoce, e em alguns casos existem benefícios claros. Toda decisão tem sua troca, é claro. As mães que ficam em casa têm uma chance maior de se sentirem isoladas e deprimidas; mães com emprego tem mais chance de sentirem estressadas. Se uma mulher prefere ficar em casa com seus filhos e pode se dar o luxo de fazê-lo, esse arranjo muitas vezes vai funcionar bem. Entretanto, pesquisas também mostram que dizer a mulher para desistir de um trabalho que ela quer realizar “por causa dos filhos” é precisamente o conselho errado, uma vez que depressão materna interfere efetivamente bem mais no cuidado infantil do que o trabalho da mãe.

O problema é também nos deixamos envolver pela ideia mítica estabelecida de qual é o papel da mulher e/ou o que “é” o feminino sem nos darmos conta da construção social que está por trás de ambas. Essa visão de bonança da vida em família criada nos anos 1950 pode ter sido importante para uma sociedade que estava procurando estabelecer um senso de estabilidade, conforto material e solidariedade entre os seus cidadãos após difíceis anos de crise e guerra; e é possível que sua gentil lembrança atual esteja associada a novos tipos de insegurança social – sejam relacionados a constantes notícias de violência e morte ou a ataques terroristas cada vez mais frequentes – ou à busca de identidades e certezas fixas frente ao momento contemporâneo de perfis fluídos e pós-verdades. Contudo, como afirma Coontz (2000, p. 12), “a nostalgia por um passado mais seguro e plácido cria uma amnésia histórica sobre esses precedentes, deformando nosso entendimento sobre o que é ou não novo na violência contemporânea e alienação adolescente. A mudança de padrão na cobertura de notícias ajuda a distorcer ainda mais essa imagem”⁴⁶.

⁴⁶ Tradução minha.

2. A IMAGEM PARÓDICA DA VIDA BURGUESA NORTE-AMERICANA

2.1. ARTISTA PERFORMÁTICA

Como pretendo mostrar nesse capítulo, a sátira de Suzanne Heintz tenta corroer a associação sublime e açucarada que ainda existe nessas imagens domésticas com suas mulheres sempre sorridentes. Ela se propõe a reconfigurar o olhar que seu espectador tem frente a essas imagens do passado de forma a reconfigurar também o presente e suas imagens. Ao se apropriar do arcabouço imagético exposto até aqui para a realização de seu trabalho, ela deseja fazer aquilo que Karen Whitehead afirma estar no centro de seu fascínio com o corpo de trabalho dela que é utilizar as artes visuais para mudar a sociedade. A própria documentarista destaca uma fala de Heintz sobre o que a levou a produzir sua obra e que é fundamental para entender aquilo que move o seu projeto:

Eu acreditava que eu poderia ser o que eu quisesse, sem o embargo do ‘contanto que você seja um esposa e mãe também’. Então, por que agora, décadas mais tarde, eu ainda tenho que responder às expectativas da geração da minha mãe? Não podemos avançar para uma nova definição autodeterminada de feminilidade? Por que devemos continuar a deixar a tradição fazer isso por nós?⁴⁷

Após o primeiro momento de seu projeto, Suzanne Heintz decidiu explorar também outras instâncias do momento Kodak para a sua crítica social⁴⁸. A artista realizou uma série de fotografias que contestam os ideais de felicidade socialmente construídos ao reproduzir de forma irônica os cartões-postais, as fotos de viagem, os cartões de Natal e o momento mais “especial” da vida de uma mulher: o casamento. Em uma matéria para o *Huffington Post*, ela afirma que

Minha casa foi o pano de fundo para as primeiras imagens. Durante a próxima década, cenas de uma vida doméstica idílica eventualmente se estenderam para uma série de mensagens festivas, como uma resposta crítica ao cartão postal anual com fotos de família. Entretanto, o projeto mudou de direção após levar os manequins em uma viagem de carro. Eu vi o potencial de fotografar em público. Vendo-me trabalhar com os manequins é algo tão peculiar e engraçado de testemunhar que as pessoas imediatamente se desarmam. Tão logo isso acontece, a mente delas está aberta e impressionável. O objetivo é levar as pessoas a reconsiderarem sua aliança teimosa às expectativas da vida tradicional⁴⁹

⁴⁷Tradução do site do documentário: <<https://imitatinglifefilm.com/filmmakers/artful-beginnings/>>. Acessado em julho de 2016.

⁴⁸ A primeira parte do projeto de Suzanne Heintz esta descrita no Capítulo 2 dessa dissertação.

⁴⁹ Tradução nossa. Original em <www.huffingtonpost.com/suzanne-heintz/mannequin-family_b_4897239.html> Acessado em junho de 2016.

A primeira expansão de seu trabalho, como dito acima pela própria artista, aconteceu com a concepção da série de fotografias com imagens dos principais feriados norte-americanos: o Halloween, o Dia de Ação de Graças, o Natal e o Ano-Novo. As primeiras fotos dos anos 2000 repetem um pouco o trabalho de fazer um paralelo paródico com as imagens clichês das propagandas, dos filmes e seriados, como a foto “A árvore” que já vimos e como na fotografia “Doce ou Travessura”, onde mãe e filha pedem doces no tradicional *Halloween* do subúrbio americano (Fig. 48).

Com a saída de “casa”, essas novas fotografias passaram a encenar uma pequena narrativa familiar que vai se desvelando ao longo dos anos, como em “Esperando Papai Noel” (Fig. 49), de 2006, onde a “esposa” está contrariada olhando para o “marido” enquanto a família espera na fila para que a “filha” sente-se no colo do bom velhinho; ou em “Hark”⁵⁰ (Fig. 50), de 2007, onde os três estão do lado de fora da casa e ela está tentando limpar neve que tomou conta da entrada; e, por último, como em “O acidente” (Fig. 51), de 2008, que reproduz o que seria o instante anterior a um “acidente” de carro envolvendo a família na volta para casa depois da compra da árvore de Natal, o que se entende pela junção da expressão de susto no rosto dela e o título da imagem.



Figura 48: “Doce ou Travessura”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 49: “Esperando Papai Noel”, Suzanne Heintz, 2006.

⁵⁰ Mantenho a palavra no original porque por mais que “hark” signifique “ouvir atentamente” ou “prestar atenção”, a palavra também faz parte da letra de um cântico natalino tradicional “Hark! The herald angels sing” e o jogo de palavras intencionado pela artista poderia ficar perdido numa tradução literal da palavra.



Figura 50: “Hark”, Suzanne Heintz, 2007.



Figura 51: “O acidente”, Suzanne Heintz, 2008.

Heintz passou a confeccionar a partir dessas fotos seus cartões de boas festas bem-humorados como uma retribuição aos que recebia a cada ano de amigos e familiares (Fig. 52, 53 e 54). Neles, os dizeres padronizados de boas festas dialogam com aqueles dos tradicionais cartões da Hallmark e com tantos outros enviados por famílias norte-americanas em época de festas (Fig. 55 e 56). A cada ano as fotografias da artista também foram ficando mais elaboradas ao ponto de ela, por exemplo, viajar em 2012 para uma estação de esqui a mais de 250 km de distância de sua casa para tirar fotos com os 'familiquins'⁵¹ em um trenó guiado por quatro cachorros na neve⁵², o que acabou resultando na fotografia “Passeio de Trenó” (Fig. 57) para o cartão de Natal da família Heintz desse mesmo ano (Fig. 58). Em entrevista para o site *Feature Shoot*⁵³, ela explica o que a levou a iniciar a série fotográfica:

Nós amamos e obedecemos à imagem formatada de uma vida bem vivida. Em nenhum lugar isso é mais aparente do que na forma dos cartões anuais de final de ano com fotos em família que se tornaram tão populares. (...) Fotos de família, particularmente fotos de 'boas-festas', são supostamente para capturar memórias emocionais. Hoje que virtualmente toda experiência é fotografada e compartilhada para o mundo ver, o significado fica geralmente perdido, e torna-se mais sobre projetar uma imagem idealizada. Esses foto-cartões são destinados para mostrar com orgulho o crescimento e o desenvolvimento da família ao longo dos anos. Entretanto, como ninguém cresce na minha família, o cenário é que tem que crescer. O projeto não aumenta só como um desafio pessoal, ele também precisa continuar

⁵¹ Essa palavra é uma aglutinação das palavras “família” e “manequins” que utilizarei daqui para frente para me referir à sua “família de manequins”.

⁵² Fato noticiado no programa “Sunday morning” da CBSNews que pode ser visto aqui: <<http://www.cbsnews.com/videos/holiday-greetings-from-a-still-life-family/>>. Acessado em agosto de 2016.

⁵³ <www.featureshoot.com/2014/01/suzanne-heintz/>. Acessado em junho de 2016.

evoluindo para manter-se dirigindo a conversa adiante nos olhos do público.⁵⁴

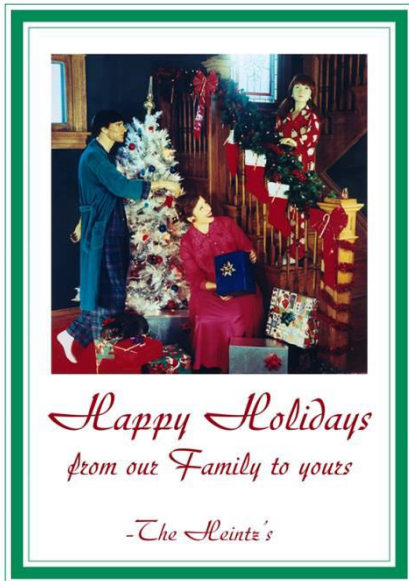


Figura 52: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2000-2017.



Figura 53: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2000-2017.



Figura 54: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2000-2017.

⁵⁴ Tradução minha.



Figura 55: Cartão de Natal encontrado na internet, 2016.

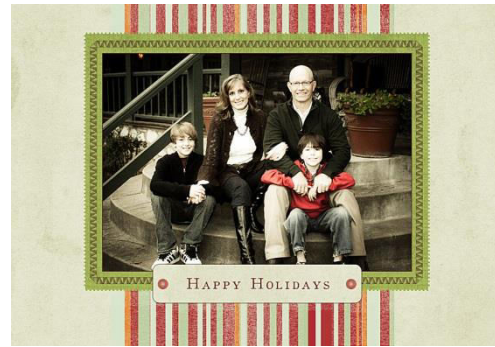


Figura 56: Cartão de Natal encontrado na internet, 2016.



Figura 57: “Passeio de Trenó”, Suzanne Heintz, 2012.



Figura 58: Cartão de Boas Festas, Suzanne Heintz, 2012.

É interessante notar que com esses cartões de Boas Festas a artista está dialogando menos com a imagem da felicidade ligada ao consumo ou com uma projeção do papel da mulher como esposa e mãe e mais com a forma como consumimos e reproduzimos esses “objetos” padronizados da lembrança. Ao falar sobre a proliferação de imagens fotográficas atuais e como esse momento especial “para se guardar” teria ficado esvaziado com essa abundância de registros, a artista parece ter deslocado sua objeção à imagem tradicional da mulher e da família perfeita para dialogar com a forma como a sociedade contemporânea produz e consome imagens que “plastificam” a realidade, o que abordaremos mais profundamente adiante.

Sua série de viagens se inicia mais ou menos no mesmo período dos cartões postais, porém que o que motivou a viagem foi a sugestão de suas amigas que ela levasse também os manequins no passeio de carro que fariam a Carhenge, uma réplica da Stonehenge inglesa feita com carros antigos no Nebraska. O resultado foi uma foto “em família” com as esculturas de carro ao fundo que imprime uma estética ainda mais surrealista à imagem (Fig. 59). Após essa viagem, Heintz passou a fazer passeios “em família” com Chauncey e Mary Margareth pelo país, como a foto da família parada no meio da estrada perdida (Fig. 60) e como para o Parque Yellowstone, que resultou em uma fotografia usada num cartão postal fictício (Fig. 61).

Como Heintz relata na entrevista acima, é possível ver nos vídeos do projeto que as pessoas param para tirar fotos com ela e os manequins, para observar a cena e rir de seu absurdo. Ela pede ajuda a taxistas e passantes, seja para carregar equipamento ou para segurar um rebatedor para as fotos. Uma das reportagens sobre Suzanne Heintz⁵⁵ relata que quando ela estava tirando a tradicional foto na Parliment Square com o Big Ben ao fundo, como outros inúmeros turistas faziam, ela e a equipe de filmagem que a que a acompanhava foram duas vezes pedidos pelos policiais para saírem do lugar, já que estavam causando um distúrbio muito grande.

Heintz pode demorar mais de três horas para montar a cena que compõe o retrato e as mais de 500 fotografias que a artista diz tirar a cada sessão depois que se rendeu ao digital, o que serve para mostrar que o que os passantes estão presenciando pode ser mais do que uma 'louca' fotografando a paisagem com seus manequins. Isto abre um espaço de interação com o público que o projeto poderia não ter tido se não tivesse se expandido para fora de casa ou

⁵⁵ <<http://www.idesigni.co.uk/blog/deconstructing-the-work-of-suzanne-heintz/>>. Acessado em agosto de 2016.

para a internet. Na mesma reportagem para *Feature Shoot*, ela afirma que a interação com o público é extremamente importante para a série e é uma das razões para ela tirar fotos fora de casa.



Figura 59: “Carhenge”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 60: “Férias em família”, Suzanne Heintz, 2000-2011.



Figura 61: Cartão postal de Yellowstone, Suzanne Heintz, 2010.

Contudo, apesar da artista fazer questão de frisar que a interação com o público mudou toda a sua forma de lidar com a fotografia porque as pessoas fazem perguntas sobre o projeto durante as sessões fotográficas – o que a permite explicar o porquê do seu trabalho –, nos retratos iniciais não se vê tanto a presença de outras pessoas no quadro fotográfico. Vai ser

principalmente a partir das fotos de final de ano e de viagens para lugares mais turísticos, como Paris e Londres, que o “povo” passa a estar mais presente na história da família Heintz.

Em Paris, a artista levou Chauncey e Mary Margareth para todos os passeios icônicos da cidade, da Torre Eiffel ao Arco do Triunfo, e aproveitou o momento especial para criar um clima de lua de mel para “esposa” e “marido”, que tomaram vinho e comeram baguetes com a Catedral de Notre-Dame ao fundo (Fig. 62) e quase trocaram um beijo apaixonado nas escadarias de *Sacre Couer* (Fig. 63). Durante a viagem também foram feitas as filmagens que se tornaram o material bruto de grande parte do primeiro capítulo da trilogia de curtas de Heintz. Numa das primeiras cenas do curta, ela está tentando carregar Chauncey até o táxi que a espera para levá-lo para ao piquenique romântico da figura 62 e o taxista tenta ajudá-la a tirar o manequim do carro e ela precisa carregá-lo nos ombros até o local das fotos.



Figura 62: “Notre Dame”, Suzanne Heintz, 2013.



Figura 63: “Seis degraus de Sacre Couer”, Suzanne Heintz, 2013.

Outras filmagens a mostram carregando seus “familiquins” de diversas formas: com carrinhos de compras, arrastando no chão, levando partes separadas. Isto porque os manequins de Suzanne Heintz são pesados e difíceis de carregar. Existe toda uma logística envolvida no planejamento das suas fotos que antecede o simples apertar do botão. Ela tem de levar uma série de roupas, acessórios e máquinas para cada fotografia. É preciso dinheiro, férias e boa

vontade das autoridades, como no caso de Londres. Após a viagem para Paris, por exemplo, o projeto quase chegou ao fim por falta de verba.

Após 14 anos de fotografias satíricas, a artista abandonou seu marido Chauncey nas ruas da cidade (Fig. 64) porque o valor para mandá-lo de volta para os Estados Unidos por UPS – não foi permitido que ele viajasse junto com os outros passageiros no voo comercial – era bem maior do que mandar fazer outro manequim igual. Mary Margareth conseguiu se salvar e foi enviada sozinha para casa por ser bem mais barata que o “pai”. Heintz narra em diversas entrevistas e em seu blog⁵⁶ que sentiu certo alívio ao deixar o companheiro de longa data na cidade, depois de tantos anos de trabalho e de três longas semanas desgastantes em Paris carregando-o para lá e para cá. Nas palavras dela,

Eu me senti selvagem rolando o corpo do meu “marido” num carrinho de mão pelas ruas do sétimo distrito próximo a Torre Eiffel. Eu estava deixando ele parado na esquina da rua sem nenhuma das roupas caras que eu tinha comprado para ele. Pelado e vulnerável. Então eu tirei fotos disso. Parecia um pouco cruel e louco, considerando a despesa e o trabalho que eu tinha tido para levá-lo lá. Mas, realmente, eu estava tonta e muito feliz por estar deixando ele para trás. Talvez tenha sido porque eu me senti livre e leve. Talvez eu tivesse terminado o projeto. Talvez tenha sido porque, lá no fundo, sentia como se eu estivesse me livrando da bagagem da geração da minha mãe. Aquela culpa que eu sentia por estar vivendo a minha vida da forma errada. Eu realmente não sei. Eu só sabia que eu me sentia bem.



Figura 64: “Abandono”, Suzanne Heintz, 2013.

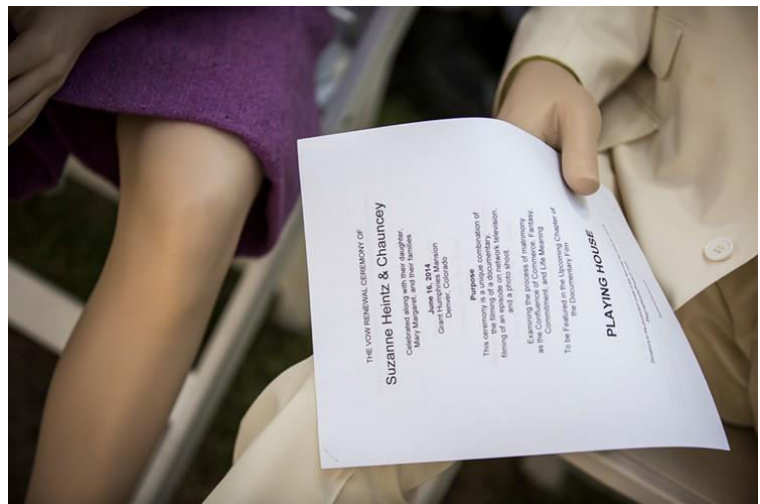
Entretanto, ao voltar para Denver, as pessoas não podiam acreditar que ela tivesse realmente finalizado o projeto depois de todos esses anos. Nem seus amigos e nem a imprensa que passou a divulgar a história maciçamente, como o gráfico do *Google Trends* (Anexo A) já citado no primeiro capítulo indica. Isso deu uma projeção internacional cada vez maior ao seu projeto, com publicações na França, na Polônia e em outros lugares do mundo. “Eu fui pega de surpresa”, disse ela. “Parecia que esse meu estranho projeto fotográfico tinha apelo para as pessoas. Muitas delas. Claro, exista o “fator bizarro” na história. Mesmo assim, eu continuei ouvindo de

⁵⁶ <<http://suzanneheintz.com/love-is-in-the-air/>>. Acessado em agosto de 2016.

peças que elas podiam se relacionar com a pressão com a qual eu estava lutando contra”, contou Suzanne Heintz em seu blog⁵⁷. Com isso, a artista decidiu retomar o projeto seis meses depois com o intuito de atingir uma audiência ainda maior do que da primeira vez, voltando de vez com o seu marido e iniciando, assim, o “Playing House”⁵⁸.

Heintz, como já dissemos, aproveitou para compor seu primeiro curta com o material dessa longa viagem de três semanas, incluindo a produção audiovisual que já havia realizado ao longo dos anos com seus cartões-postais e outras reportagens. Além do que, decidiu realizar o ensaio fotográfico mais ousado até o momento: uma grande cerimônia de casamento para “renovar” os votos com seu “mariquim”⁵⁹ que aconteceu em 16 de junho de 2014 numa tradicional mansão de Denver e envolveu seus amigos e familiares – cerca de 100 pessoas, algumas vindas de outros estados –, 20 manequins do lado do noivo, e seu namorado como padrinho. O evento foi transmitido num seguimento do noticiário local, apareceu em algumas matérias jornalísticas e foi registrado em foto e filme pela artista, tornando-se o segundo capítulo de sua trilogia de curtas e parte do documentário sobre ela.

O conceito por trás da renovação do casamento foi “examinar o processo de matrimônio como a confluência de comércio, fantasia, compromisso e significado para a vida”, como dito no convite distribuído aos convidados (Fig. 65), “para questionar a sua realização como o ápice de uma



fantasia social que envolve o mesmo”. Em outra publicação

Figura 65: Convite de casamento na mão de um dos manequins ‘convidados’, Suzanne Heintz, 2014.

em seu blog⁶⁰ sobre o que motivou a cerimônia, a artista disse que queria analisar a nova função do casamento como “o máximo da elaboração da imagem e apresentação de um “eu” autoconfeccionado para outros admirarem”.

Nada mais justo do que retornar ao projeto pela porta que anos atrás a tinha

⁵⁷ <<http://suzanneheintz.com/love-is-in-the-air/>>. Acessado em agosto de 2016.

⁵⁸ Brincando de Casinha, em português.

⁵⁹ Aglutinação das palavras “marido” e “manequim” que usarei às vezes para me referir ao manequim masculino, Chauncey.

⁶⁰ <<http://suzanneheintz.com/tried-being-a-bride/>>. Acessado em agosto de 2016.

impulsionado para a arte, para expressar toda a objeção à pressão social que ela tinha decidido colocar abaixo, já que foi a ideia de estar solteira e de não 'conseguir' um homem para casar que a tinha levado anos atrás a começar todo o seu trabalho fotográfico. Foi o trauma de não se achar o suficiente ou de se achar menor por não estar vivendo a vida que foi planejada para ela pela família e pela sociedade, que a levou a questionar o que significa ter um anel no dedo e o que significa não ter. “Um dedo sem anel significa uma vida sem amor? Uma alma não consumada? Uma vida sem o seu propósito final?”⁶¹. A pergunta de alguma forma se mantinha: “Seria realmente o casamento a chave para a felicidade de que todo mundo estava falando?”⁶². Logo, se primeiro ela rechaçou a ideia, por que não expurgar de vez o problema vivendo-o através da arte? Com cerimonialista, papel passado e discurso para a mídia.

Suzanne Heintz decidiu passar por todo o processo de planejar um casamento real: experimentou vestidos, foi a convenções de noivas, viu flores, enfim, fez tudo o que uma 'verdadeira' noiva planejando a cerimônia perfeita faria. Isto porque como em todo o restante de seu trabalho, *ela* queria passar pela experiência que estava questionando. “Eu queria fazer isso. Eu me fiz de cobaia. Eu queria ver o que eu estava perdendo”⁶³, disse no blog do projeto. A fisicalidade de seu trabalho sempre foi importante para Heintz. A presença e o peso dos manequins são reais e a figura dela como uma personagem nessa história satírica também. Em entrevista para o site *Feature Shoot*⁶⁴, ela explica que

Em relação à dificuldade física de transportar e fotografar quadriplégicos não cooperativos de fibra de vidro – por que eu faria isso comigo mesma? É porque a luta é o que diz a você que a mensagem é importante. Nós estamos soterrados por uma avalanche de mensagens insignificantes. Uma mensagem com qualquer significado requer um grande esforço para ser ouvida. Esse esforço monumental que eu fiz é absurdo, mas reflete o meu ponto. Viver a vida por hábito ou gastá-la sentido que você fez algo errado, está incompleto ou não está correspondendo às expectativas – isso que é um verdadeiro desperdício de tempo absurdo.

Por isso, seu trabalho é uma obra híbrida que tenta misturar em foto ou vídeo o aspecto bidimensional da imagem que resta de um evento realizado em três dimensões, com pessoas e manequins com os quais ela interage. Suas fotos e vídeos são as testemunhas oculares da vida fantasiosa que Heintz performatiza com seus “familiquins” para a câmera e para o público. O caráter inesperado desses eventos está muitas vezes presente na obra, como o que ocorreu com a artista em seu “casamento” encenado. Ela havia planejando a cerimônia

⁶¹ Idem.

⁶² Idem.

⁶³ Idem.

⁶⁴ <www.featureshoot.com/2014/01/suzanne-heintz/>. Acessado em junho de 2016.

em detalhes durante semanas. Havia escrito um longo discurso sobre aquela “farsa” toda que estava realizando e explicando o porquê de seu trabalho quando, na “hora agá”, a bateria do seu iPad (com o aplicativo de *teleprompter*) acabou no meio de sua fala e ela não pôde ler o discurso até o final, o que a fez improvisar e ter que falar “do coração”.

Ironicamente, com esse casamento encenado, eu me propus a falar sobre a falsa imagem da Perfeição com um P maiúsculo. Eu tentei fabricar a imagem satírica perfeita do “Dia Mais Perfeito na Vida da Mulher”. Entretanto, Meu Dia foi longe de ser perfeito. Mas é o dia que eu vou sempre lembrar como um dos mais significativos. O dia em que eu fui ensinada, de novo, a lição que eu estava tentando ensinar aos outros. Que é – onde a beleza da vida está, o lugar em que você pode verdadeiramente encontrar felicidade, é em deixar para trás as expectativas como sua única força guia. Existe uma imagem na sua cabeça de como sua vida vai parecer, que pode vir dos outros ou de você mesma. Você pensa que você tem tudo planejado, e então descobre que seu plano não vale o papel ou o iPad em que estava escrito. Você escuta em uma orelha, “Nãaaaaao.....” e então você escuta na outra, “você apenas tem que improvisar”⁶⁵

Sem entrar a fundo na questão do que é a performance na arte contemporânea e o que ela representa na fotografia, pois esse não é o foco desse trabalho, gostaria de colocar um dos aspectos dessa última em discussão. Quando Roland Barthes escreveu sobre a fotografia em “A Câmera Clara”, deu um peso muito grande ao caráter referencial da foto, mesmo ao falar da “pose”, já que a aproxima do aspecto “real” da referencialidade, do “isso-foi” que está para ele sempre presente na fotografia, como expus na introdução dessa dissertação.

Entretanto, mesmo dando pouca atenção ao caráter performático da fotografia, o autor deixa “escapar” em seu texto o quanto a “pose” está ligado ao “eu” autoconfeccionado que Heintz tenta tornar visível criticamente. Para Barthes (2015, p. 18), “a partir do momento que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: ponho-me a 'posar', fabrico-me instantaneamente um outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem”, uma vez que

Diante da objetiva, sou ao mesmo tempo: aquele que me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julga e aquele de que ele se serve para exhibir sua arte. Em outras palavras, ato curioso: não paro de me imitar, e é por isso que, cada vez que me faço (que me deixo) fotografar, sou infalivelmente tocado por uma sensação de inautenticidade, às vezes de impostura (BARTHES, 2015, p. 20).

Dessa forma, o teórico aponta a maneira pela qual a experiência fotográfica parece estar sempre ligada a algum outro, seja no papel do *spectador*, aquele vai ver a foto; seja no papel do *operator*, aquele que tira a foto; seja no papel do *spectrum*, o pequeno simulacro

⁶⁵ <<http://suzanneheintz.com/tried-being-a-bride/>>. Acessado em agosto de 2016.

daquilo que “eu” sou e que se apresenta na fotografia. Por isso que podemos dizer que a fotografia é também uma arte performática, pois nela o objeto fotográfico se forma através do outro, no atravessamento daquilo que o *spectrum* é/gostaria de ser/aparenta ser/representa ser na imagem. Ela não apenas necessita de um outro, como é, também de alguma forma, um “tornar-se outro”.

Na performance é o corpo que se constitui como *locus* do processo de subjetivação do artista. É ele que está em relação com o público presente (mesmo que de forma virtual) no espetáculo. Ana Bernstein ao analisar a performance solo autobiográfica de três *performers* norte-americanas propõe que esse tipo de trabalho – no qual as funções do artista, autor e *persona* se fundem numa outra esfera – tem se constituído como um espaço discursivo de crítica à normatividade da ideologia dominante que “quase sempre exhibe uma forte atualidade e é bastante responsiva às questões políticas e sociais do momento” (BERNSTEIN, 2001, p. 91).

Sob esse prisma, é possível verificar como a obra de Suzanne Heintz se encaixa nesse modelo performático autobiográfico de contestação da ideologia dominante mesmo antes de estar em contato direto com o público durante as sessões fotográficas na rua. Para a artista, *ela* representar esses papéis que está questionando é muito importante, posto que

Essa é razão pela qual eu nunca usei uma modelo para o papel de esposa e mãe. É um autorretrato. Eu pessoalmente tinha que atuá-lo para afirmar o meu ponto. Eu tinha que fisicamente demonstrar 'estar passando pela ação'. Se eu tivesse casado porque era a 'hora', eu estaria vivendo por hábito, não por escolha. Isso é exatamente o que eu estou criticando – encenar a vida baseada em expectativas datadas. Eu construo essas cenas artificiais de uma vida real para perguntar, 'o que é mais importante? Que eu estou feliz, ou que a posição aberta de marido e pai está preenchida na minha vida?'.⁶⁶

Dessa forma, a parte autobiográfica de sua obra está menos ligada ao aspecto referencial de suas fotografias e mais às fabulações que suas imagens criam em relação a sua história pessoal ao mesmo tempo em que o seu “eu” que participa das fotos também é tocado e fabricado pelas mesmas. Um exemplo desse processo pode ser visto mais uma vez a partir da sua experiência com a renovação dos votos de casamento, já que como ela descreve em seu blog:

Você sabe o que eu descobri a partir desse meu experimento de ser uma noiva? Casamentos são supostamente uma porção de coisas. Mas na sua base, é um

⁶⁶ <www.featureshoot.com/2014/01/suzanne-heintz/>. Acessado em junho de 2016.

reconhecimento de um rito de passagem de egoísmo para altruísmo. Eu aprendi que... adivinha? “Eu aceito”. Eu realmente acredito que o compromisso é o melhor caminho para uma felicidade duradoura. Sim, PODE ser através do compromisso a uma pessoa, mas não precisa ser. Pode ser também um compromisso a vários através do trabalho que você escolhe⁶⁷

Para mais, ela esclarece, ao falar do propósito de sua obra, que “a tradição nos faz sentir que a vida deve ser de um certo jeito. Ninguém parece saber de onde as tradições vieram, nós apenas as aceitamos como um dado adquirido”⁶⁸. Dessa maneira, por mais que algumas reportagens queiram fazer parecer o contrário, a fotógrafa não se deixa levar pelo “drama” das imagens que está construindo da família idealizada do passado (e do presente). O seu trabalho é na verdade uma tentativa de “torcer” essa imagem para mostrar que essa perfeição não tem nenhum tipo de conexão predefinida com a realidade, com a vida “real”, uma vez que é apenas o reflexo de uma construção coletiva, assim como o é aquilo que ela encena em suas fotografias. Ela não está comprando a fantasia que está nos vendendo, pelo menos não plenamente, pois quer mostrar exatamente que somos *nós* os grandes consumidores desse mundo irreal.

Digo “não plenamente” porque há um limite de até aonde vai o seu questionamento em relação ao tipo de família que está em pauta. Não a vemos com uma mulher-manequim como esposa em nenhuma foto, nem a vemos com uma filha negra e um marido asiático ou vice-versa, nem a vemos com dois maridos ou vivendo em um ambiente paupérrimo. O que quero dizer é que quando ela viu pela primeira vez aquela família “perfeita” na vitrine do shopping, ela poderia ter escolhido *qualquer* tipo de família, mas ela escolheu *esse* modelo. Está certo que ela está dialogando, conforme consta no capítulo anterior, com a sua própria lembrança familiar, mas a sua obra é também um diálogo com suas próprias projeções e expectativas – bem como as desses parentes e amigos – e que não fogem da representação de uma heteronormatividade branca de classe média alta.

A família perfeita do subúrbio foi um sonho construído e constituído na sociedade norte-americana, como já discutimos, mas a escolha de representar *esse* tipo de família como o ideal de perfeição foi da artista. Heintz questiona porque nos deixamos levar por esse tipo de expectativa criada pelos outros e pela sociedade, mas não parece refletir sobre como essa vida que está ali exposta é extremamente localizada a uma classe social específica.

Alguns retratos dela, entretanto, apresentam cenas que fogem desse imaginário da

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ Ibidem.

perfeição familiar pequeno-burguesa e não estão dialogando diretamente com as imagens das propagandas, mas sim com o que reconhecemos como o mais cotidiano e banal nos relacionamentos amorosos. Na fotografia “Dormindo até tarde”, de 2013, Chauncey está deitado na cama enquanto ela se levanta de costas para o companheiro (Fig. 66); em “Chuveiro”, do mesmo ano, ela escova os dentes enquanto o marido sai do chuveiro molhado (Fig. 67); e em “Café da Manhã”, dessa mesma data, “a mulher” parece brava comendo uma toranja enquanto o manequim olha em nossa direção, num gesto 'cúmplice', com o jornal na mão (Fig. 68).



Figura 66: “Dormindo até tarde”, Suzanne Heintz, 2013.

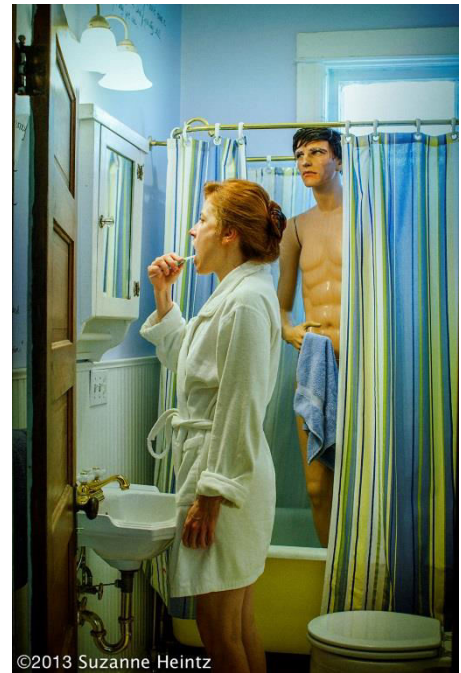


Figura 67: “Chuveiro”, Suzanne Heintz, 2013.



Figura 68: “Café da manhã”, Suzanne Heintz, 2013.

Essas fotos foram realizadas na casa da artista, assim como as do início de sua obra e parecem fabricar, sob a forma provisória da performance fotográfica, uma imagem de natureza incerta que parece misturar os limites de uma experiência subjetiva de Suzanne e da

objetividade conceitual que envolve sua obra. Por meio dessas fotos, parece que temos um vislumbre de algo que foge um pouco da paródia habitual da mesma, um momento em que fragmentos de sua vida parecem se mostrar nas imagens. Talvez venha daí a ideia de que ela tenha algum envolvimento afetivo com os manequins – coisa que ela refuta em várias entrevistas, ao dizer que eles ficam desmontados dentro de caixas na sua casa e são apenas *props*⁶⁹ no seu trabalho fotográfico. Ela afirma na supracitada entrevista para o programa *Arts District* da PBS:

Eles realmente são adereços para mim. Eu não os vejo com nenhuma qualidade humana, eu os mantenho em caixas no porão, eu não tomo café da manhã com eles. Só nas fotos, você sabe. É tudo um espetáculo e esse é realmente o ponto do projeto: se nós estamos concentrados na imagem do que nossa vida deveria parecer, nós não estamos concentrados no sentimento de contentamento que nós realmente queremos em nossa vida. É tudo sobre imagem VS. Realidade.

Para Mette Sanbye, os aspectos performativos da Fotografia encontram-se não apenas no momento em que as pessoas as tiram, posando e encenando, “mas também quando editam suas fotografias, colocando-as em porta-retratos e álbuns, em blogs e em *websites*. Um aspecto importante da fotografia como performance é articular e transitar um sentimento de presença” (SANBYE, 2012, p. 9)⁷⁰. A autora afirma também que a fotografia pode ser cada vez mais considerada como uma prática performática porque ela está se distanciando da visão que se tinha da fotografia como uma memória preciosa a ser guardada para a eternidade e está cada vez mais conectada com a “presença”, com o atual. É possível perceber a transição na obra de Suzanne Heintz, de um trabalho inicialmente voltado para a memória e as lembranças familiares que provocam essa sensação de insuficiência em relação à própria vida para um trabalho que dialoga com as imagens cotidianas exibidas e banalizadas pela internet nas mídias sociais e nos *videologs*, que acabam criando modelos de vidas tão irreais quanto o anterior. Ela dialoga com um modelo de subjetividade *alterdirigido*, em que “tudo o que se *é* deve ser visto para poder realmente *ser*. Cada um *é* tudo aquilo que mostra de si, e tão somente isso” (SIBILIA, 2008, p. 245).

2.2. SATIRISTA

Suzanne Heintz quer mostrar que essa vida é tão falsa quanto à de seus manequins e

⁶⁹ Adereços, em português.

⁷⁰ Tradução minha.

que essa ilusão de felicidade não vale a pena ser vivida nem almejada. “O projeto é engraçado, mas tem uma mensagem séria. É mais importante que eu me encaixe nessa imagem da vida ou aproveite o formato que a minha vida tem tomado?”, responde a artista em entrevista para um segmento em vídeo sobre seus cartões-postais para a CBS⁷¹.

O efeito de realidade que a artista tenta imprimir nas imagens cotidianas presentes em sua obra está firmemente relacionado à estetização da vida cotidiana constituída a partir da visão midiática e publicitária de como ela deveria ser. Heintz aborda a forma como a imagem é construída nas relações sociais da sociedade contemporânea, bem como esse ideal de felicidade pode limitar e frustrar àqueles que não correspondem a essas expectativas. Suas fotos tentam pôr em evidência como essas imagens “felizes” interferem no tecido social que embasa a constituição cotidiana de nossa subjetividade. A fantasia com a qual dialoga não é em si apenas com uma imagem, mas com uma cena que é repetida em inúmeras vezes em diferentes tipos de mídias.

Suas fotografias parecem ter o intuito de satirizar o mundo do “espetáculo” proposto por Guy Debord. O espetáculo seria uma relação social entre pessoas mediada por imagens que é ao mesmo tempo uma parte da sociedade, a própria sociedade e o instrumento que une essa parte ao todo. Nas palavras do autor, “no espetáculo da imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenvolvimento é tudo. O espetáculo não quer chegar à outra coisa senão a si mesmo” (DEBORD, 2003, p. 18). Sendo assim, as imagens da felicidade preconcebidas e difundidas pela mídia e pela propaganda nada teriam a ver com a felicidade “verdadeira”. Para Debord, com a passagem do *ser* para o *ter* e deste último até o parecer, houve a ascensão de uma subjetividade espetacularizada que triunfa em um modo de vida inteiramente baseado nas aparências.

Nesse ponto é possível aproximá-lo a teoria da imagem proposta por Vilém Flusser, em que as imagens são *per se* “superfícies que querem representar algo” (FLUSSER, 1985, p. 7) e que serviriam de intermediação entre o ser humano e o mundo, sendo aquilo que o ajudaria a interpretar esse mundo. Entretanto, para Flusser (1985, p. 7-8), o que acontece atualmente é que “o homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio vai sendo vivenciado como um conjunto de cenas”. É exatamente nesse tipo de vivência que as pessoas são “aprisionadas” pelo conjunto de imagens que tem no

⁷¹ <<https://www.behance.net/gallery/6415041/Life-Once-Removed-The-Holiday-Greeting-Card-Collection>>. Acessado em julho de 2016.

mundo e que as impedem de criar novos significados e experiências que Suzanne Heintz quer rebater com sua obra e vai ser essencialmente através da paródia que a artista estabelece sua sátira. Mas como é que a artista estabelece essa paródia e o que ela representa em sua obra?

O dicionário Sacconi (1996) da língua portuguesa define paródia como “imitação cômica de um autor ou de uma obra séria, procurando ridicularizá-los. Caricatura; imitação grotesca”, mas Linda Hutcheon (1985), em sua teoria sobre a paródia, afirma que a paródia moderna não se restringe a essa característica do *ridicularizar* para que a obra se trate de uma paródia. Nas palavras da mesma,

Há-de ter-se já tornado claro que aquilo que aqui designo por paródia não é apenas aquela imitação ridicularizadora mencionada nas definições dos dicionários populares. O desafio a esta limitação do seu sentido original, tal como é sugerido (como veremos), pela etimologia e história do termo, é uma das lições da arte moderna a que há que atender em qualquer tentativa de elaborar uma teoria da paródia que se lhe adegue. O *Ulysses*, de Joyce, fornece o exemplo mais patente da diferença, quer em alcance, quer em intenção, daquilo que designarei por paródia no século XX. Há extensos paralelismos com o modelo homérico, ao nível das personagens e do enredo, mas trata-se de paralelismos com uma diferença irônica. [...] Embora seja evidente que a *Odisseia* é o texto formalmente parodiado ou que serve de fundo, ele não é escarneado ou ridicularizado; quando muito, deverá ser visto, tal como na epopeia cômica, como um ideal - ou, pelo menos, uma norma -, da qual o moderno se afasta (HUTCHEON, 1985, p. 16-17).

Por esse ângulo, uma definição possível da paródia é que ela é uma imitação que tem por intenção do emissor causar o reconhecimento daquilo está sendo referido pelo receptor ao estabelecer uma relação formal ou estrutural entre duas ou mais “obras”, geralmente de forma irônica. Isto porque “a paródia não envolve apenas um *énoncé* estrutural, mas também a *énonciation* inteira do discurso. Este ato enunciativo inclui um emissor da frase, um receptor desta, um tempo e um lugar, discursos que a precedem e se lhe seguem - em resumo, todo um contexto” (TODOROV, 1978-a, p. 48 apud HUTCHEON 1985, p. 35).

A paródia convoca o receptor da mensagem a olhar para o passado de forma crítica ao chamar para a superfície o seu conhecimento e a sua memória. Não que a paródia *necessite* do conhecimento daquilo que está sendo parodiado para ter um sentido, mas esse conhecimento parece ser algo fundamental ao jogo linguístico que o emissor está propondo. Dessa forma, quando não há o reconhecimento que está sendo convocado como contexto da obra, perde-se algo da mensagem na comunicação. Existe um papel duplo do receptor, tanto como decodificador do “texto” parodiado como seu novo codificador, tornando-se assim um cocriador do que está sendo parodiado.

Será muitas vezes a partir de sua inversão irônica que a paródia consegue “transcontextualizar” a mensagem original, isto é, dar um novo contexto ao que está sendo parodiado (e por isso um novo significado). “A paródia é, noutra formulação, repetição com distância crítica, que marca a diferença em vez da semelhança” (HUTCHEON, 1985, p. 17). É por essa razão que Agamben (2007, p. 38) coloca “a dependência de um modelo preexistente, que de sério é transformado em cômico, e a conservação de elementos formais em que são inseridos conteúdos novos e incongruentes” como duas características canônicas da paródia.

Diferentemente de Hutcheon, Agamben (2007, p. 39) acredita que não é possível haver uma “paródia séria”, “não porque a paródia não seja coisa séria (pelo contrário; às vezes é seriíssima), mas porque não pode pretender identificar-se com a obra parodiada, não pode renegar o fato de se situar necessariamente ao lado do canto (*parà-oiden*) e de não ter um lugar próprio”. Linda Hutcheon, todavia, igualmente lançará mão da etimologia do termo grego *parodia* para afirmar que não há nada intrinsecamente presente na palavra que sugira que um efeito “ridicularizador” em sua usagem.

Ela afirma que para a maioria dos teóricos o substantivo quer dizer “contra-canto”, mas que apesar de ser evidente que o sufixo *odos* quer dizer canto, o prefixo *para* pode ter dois significados: um deles é “contra” ou “oposição” - o significado que é geralmente mencionado e serve como ponto de partida formal para a interpretação habitual de zombaria ou caricaturismo; o outro é de “ao longo de”, que sugere proximidade, acordo ou intimidade. Assim, Hutcheon prova que “nada existe em *parodia* que necessite da inclusão de um conceito de ridículo, como existe, por exemplo, na piada, ou *burla*, do burlesco” (HUTCHEON, 1985, p. 48).

Existe, por isso, uma repetição com distância crítica que vai marcar o que é semelhante e diferente na transposição das obras. Em outras palavras, a paródia é um tipo de confrontação estilística em que existe uma relação ambígua entre a inversão e a semelhança, a oposição e a proximidade. A teórica afirma que a ironia é tão amplamente utilizada nas obras paródicas já que pode ser

Apenas bem humorada, como pode ser depreciativa; tanto pode ser criticamente construtiva, como pode ser destrutiva. O prazer da ironia da paródia não provém do humor em particular, mas do grau de empenhamento do leitor no «vaiivém» intertextual (*bouncing*) para utilizar o famoso termo de E. M. Forster, entre cumplicidade e distanciação (HUTCHEON, 1985, p. 48).

Mas o que diferencia a paródia da sátira? Como afirma Ziva Ben Porat (1979), enquanto a paródia é “uma representação de uma <<realidade modelada>> que, já por si, é

uma representação particular de uma <<realidade>> original” (PORAT, 1979, p. 247 apud HUTCHEON, 1985, p. 64); a sátira é uma “representação crítica, sempre cômica e muitas vezes caricatural de uma <<realidade não modelada>>, i.e., dos objetos reais (a sua realidade pode ser mítica ou hipotética) que o receptor reconstrói como referentes da mensagem” (PORAT, 1979, p. 247-8 apud HUTCHEON, 1985, p. 64-65).

Por isso, Hutcheon propõe que a paródia lida com as normas estéticas e formais das obras enquanto a sátira se preocupa com as normas sociais e morais da sociedade, com a intenção de aperfeiçoá-las. Ambas possuem um julgamento de valor, mas diferente da sátira que usa a distância crítica entre si e aquilo que satiriza para depreciar e distorcer, na paródia moderna “verificamos não haver um julgamento negativo necessariamente sugerido no contraste irônico dos textos. A arte paródica desvia de uma norma estética e inclui simultaneamente essa norma em si, como material de fundo. Qualquer ataque real seria autodestrutivo” (HUTCHEON, 1985, p. 62).

A paródia da vida cotidiana contida nas imagens de Heintz é patente. É claro também o diálogo com as referências estéticas das imagens publicitárias e midiáticas, conforme mostrei no capítulo anterior. A paródia está presente também nos elementos de cena das fotografias: do vestuário e acessórios que se assemelham aos usados nos anos 50 e 60 à colorização das imagens que inicialmente fazem alusão às fotografias coloridas dos filmes kodachrome e depois às fotografias *photoshopadas* das publicações publicitárias modernas com seus filtros de cores que ressaltam os tons naturais. A mudança de estilo colorístico é de fácil apreensão quando se contrapõe a imagem do primeiro casamento de Suzanne com a fotografia de seu casamento espetaculizado de 2012 (Fig. 69 e 70).

Nenhuma dessas características sozinha indica que se trata de uma sátira ou paródia crítica. Até aqui a artista poderia estar fazendo uma homenagem saudosista à década passada e à vida de seus ascendentes. Existem outros elementos, entretanto, que fazem com que os espectadores percebam que estão diante de uma sátira. Um deles é o sorriso irônico de Heintz. Ele é o indicador primordial do humor da obra e o gatilho que demonstra parte da crítica presente. A sátira, contudo, afirma-se principalmente com o uso dos manequins e a composição das situações: o exagero que ocorre normalmente da relação da mulher-mãe com manequins que primeiro os torna extremamente “humanos” ao mesmo tempo em que ela se torna quase uma “boneca”. No próximo capítulo, avalio em maiores detalhes o que essa mistura representa na arte, especialmente na arte contemporânea.



Figura 69: “O dia mais feliz”, Suzanne Heintz, 2000.



Figura 70: “The Aisle”, Suzanne Heintz, 2014.

Em suma, há sempre um detalhe nas fotos de Heintz que não nos deixa comprar exatamente aquela situação de felicidade em família. Sabemos que vemos um manequim. Sabemos que tudo não passa de uma fantasia, que é tudo uma fabulação da artista. Um imaginário que se desmonta na gargalhada ou no riso nervoso que o estranhamento daquelas imagens causa. Como afirma Agamben ao que concerne à paródia, “[ela] é o terreno conhecidamente impraticável, onde o viajante se choca continuamente com limites e aporias que não consegue evitar, mas a respeito dos quais nem sequer pode encontrar uma saída” (AGAMBEN, 2007, p. 47).

Para Agamben, a paródia não apenas coincide com a ficção, como estabelece o seu oposto simétrico, se colocando no limiar entre a realidade e a ficção. Em suas palavras, “a paródia não põe em dúvida, como faz a ficção, a realidade do seu objeto – este, aliás, é tão insuportavelmente real que se trata, precisamente, de mantê-lo à distância. Ao 'como se' da ficção, a paródia contrapõe seu drástico 'assim é demais' (ou 'como se não')”. (AGAMBEN, 2007, p. 46).

Logo, se as imagens de Heintz nos causam inicialmente riso e posteriormente, certo incômodo, é por razão da proximidade que essa paródia do cotidiano tem para conosco. Elas se relacionam diretamente com a “eterna desventura” de projetar no outro uma parte da nossa experiência subjetiva, das nossas expectativas, dos nossos anseios e desejos. A interação de Suzanne Heintz com seus manequins nesses momentos estáticos do cotidiano nos faz olhar para a nossa experiência (amorosa ou não) com aqueles que nos cercam e com os quais não

conseguimos ultrapassar a barreira que separa o seu “ser” - isto é, a sua “interioridade”- do nosso.

Podemos também olhar a obra de Heintz como uma forma de criticar a maneira como as pessoas fazem usos das mídias sociais, tentando demonstrar que estão cumprindo os ideais de felicidade exigidos pela sociedade com seu sorriso de comercial de pasta de dente esperando uma validação social por isso. Como afirma Sibilia (2008, p. 258), “as subjetividades alterdirigidas de hoje em dia só parecem se tornar reais quando são emolduradas pelo halo luminoso de uma tela de cinema ou de televisão, como se vivessem dentro de um reality show ou nas páginas multicoloridas de uma revista de celebridades”.

Vale notar que, sob essa ótica, as fotografias de Heintz criam um paralelo estranho consigo mesmas, no qual a imagem clichê não é questionada apenas pela sua existência, mas pelo fato dela estar banalizada ao extremo nas redes. A fantasmagoria proposta pelos manequins de suas imagens trabalha para quebrar o imaginário fantástico repetido constantemente nas mídias sociais como se fossem “reais”. Talvez Suzanne Heintz, como Magritte, pudesse ter pintado uma família de manequins com ela dentro e dito “isso aqui não é uma família”, mas algo de sua sátira teria se perdido. O fato de Heintz ter passado por todo o processo de se casar com o boneco para deixá-lo no altar, foi importante para provar que ela *realmente* não acredita que vale a pena unir-se a uma “imagem” tão somente pela badalação social que isso gera.

É por isso que ela se identifica como artista conceitual em seu *twitter*, já que a arte conceitual – uma vanguarda artística do final da década de 1960 que surgiu na Europa e nos Estados Unidos – defende que a matéria da arte são os conceitos e que a ideia por trás da obra é mais importante do que a obra em si (LEWITT, 1967). Heintz afirma que o conceito por trás do seu trabalho é a “luta humana com 'ser' (*self*) e ilusões relacionadas, Imagem vs. Realidade”⁷².

Existem vários artistas e obras – os mais díspares entre si – que podem figurar sob o guarda-chuva que abrange a Arte Conceitual, porém, o foco dessa análise não recai sobre essa questão. Destaco, contudo, que artistas conceituais como Charles Gaines e Barbara Kruger utilizaram sua arte como forma de questionamento político e social, assim como Suzanne Heintz o faz em relação à expectativa de gênero e ao sonho americano. Faz-se particularmente crucial a necessidade de estabelecer uma conexão entre seu trabalho e a sociedade em que

⁷² Tradução minha. O original está disponível em: <<http://www.idesigni.co.uk/blog/life-removed-interview-photographer-suzanne-heintz/>>. Acessado em agosto de 2016.

vive quando se relaciona o título do cartão de Natal de 2016 que a artista coloca em sua página do *Facebook*⁷³, “Christmas in the garden of Gethsamni” (Natal no jardim de Gêtsamni), na qual ela está sentada numa cadeira ao lado da lareira e olhando para o teto com neve, escombros cobrindo o chão da sala e Mary Margareth ao seu colo (Fig. 71). O nome da fotografia faz referência ao jardim em que Jesus e seus discípulos oraram na noite anterior à sua crucificação e seu tom mais sombrio faz uma referência sutil ao que ela imagina para o seu país a após a vitória de Donald Trump nas eleições norte-americanas. Para melhor esclarecer a sua posição para seus “seguidores”, a artista coloca a seguinte legenda na foto: “zombando da besta expectativa de gênero e questionando o Sonho Americano na era Trump”⁷⁴.



Figura 71: “Natal no jardim de Gêtsamni”, Suzanne Heintz, 2016.

diz em entrevista para CBS,

Para Linda Hutcheon, as imagens paródicas pós-modernas 'de-doxificarão' a sociedade, isto é, servem para ruir todas as crenças e ideologias, colocando em questão todas as verdades únicas, já que “ao utilizar e abusar ironicamente das convenções gerais e formas específicas de representação, o trabalho de arte pós-moderno as desnaturaliza” (HUTCHEON, 2004, p. 8)⁷⁵. Por isso que as imagens de um sonho “água com açúcar”, muitas vezes presentes na obra de Heintz, como no momento de seu pedido de casamento (Fig. 72), são tão fortes e servem como uma tentativa de estilhaçar esse tipo de *image trouvée* do sonho da família pequeno-burguesa como espelho máximo da felicidade na Terra. O poder da justaposição entre o real e a imagem inventada de Suzanne é potente. Como

A mídia social tornou-se o substituto do nosso cartão postal. Então, nós começamos

⁷³ <<https://www.facebook.com/LifeOnceRemoved/photos/t.100004929960964/1097018757073352/>>. Acessado em 28 de dezembro de 2016.

⁷⁴ No original: “Mocking the BS of gender expectations & questioning the American Dream in the Trump Era”.

⁷⁵ Traduções minhas.

a projetar uma imagem do que nós queremos que as pessoas pensem sobre a nossa vida. Nós ganhamos alguns afagos e feedbacks através do facebook, mas não é interação humana genuína. Eu acho que acaba afastando nós mesmos da nossa verdadeira natureza: assim é como eu apareço ao invés de assim é como que eu me sinto, é assim que eu sou



Figura 72: “O anel”, Suzanne Heintz, 2014.

Nesta fala de Suzanne é possível perceber que há ainda uma aposta romântica de autenticidade que gerou essa cultura do *self* em primeiro lugar. Portanto, sua sátira da família feliz é justamente uma sátira e não uma desconstrução, já que é como se ela acreditasse que existe uma realidade

“realista” que não encaixa no sonho açucarado romântico. O problema é que assim ela não se dá conta de que está inserida no mesmo paradigma romântico agora desiludido. Existe uma enorme diferença entre essa sátira e o ato radical das bonecas esfoladas de Bellman ou até algumas construções realmente abjetas de Cindy Sherman, que abordaremos no próximo capítulo.

Com isso não quero dizer que uma postura é melhor ou mais válida do que a outra. Somente assinalar que se Suzanne Heintz se deu ao trabalho de satirizar a família feliz é porque ela um dia quis ou acreditou fortemente nesta como o *locus* ‘verdadeiro’ da felicidade terrena, e isso a impede de chegar ao cerne do seu dilema que não é desbancar o clichê, mas criar formas alternativas de estar-no-mundo que dialogam com outros paradigmas.

3. IMBRICAÇÕES DO ORGÂNICO E DO INORGÂNICO

3.1. BONECAS E MANEQUINS

A confusão entre o orgânico e o inorgânico, o real e o falso, é também um dos temas centrais da obra de Suzanne Heintz. Mais de mil e setecentos (1700) anos separam Ovídio e sua versão do mito de Pigmaleão, o escultor que se apaixona perdidamente pela estátua Galatéia e ganha da deusa Afrodite a dádiva de ter sua criação tornada humana, do uso moderno do termo fetiche como “qualquer coisa que fosse 'irracionalmente adorada” (JAGUARIBE, 2007, p. 188). Atualmente, existem vários objetos que as pessoas dizem que amam de maneira sentimental ou com desejo, desde os velhos álbuns de retrato da família ao ursinho de pelúcia da infância, passando pelo *smartphone* sem o qual “não dá para viver” e com o qual se está a todo o momento criando uma relação de taticidade e presença, a ponto de poder ser considerado como uma extensão de nossos braços. Nenhum objeto, contudo, está tão próximo do encantamento estabelecido pelo pós-humano como a figura da boneca, notadamente as bonecas “desejadas” como a *Barbie* e a *Real Doll*.

Quando olhamos para Chauncey, o manequim masculino de Suzanne Heintz, ele parece extremamente expressivo em todas as fotos. Talvez porque como espécie, o ser humano tenha estabelecido determinados tipos de projeção em direção ao outro que fazem com que emerja um desejo sub-reptício de que os objetos inanimados tenham vida. Quando as crianças brincam com bonecas, é exatamente isso que elas estão fazendo: na imaginação das mesmas, um pedaço de pano pode ganhar vida e se tornar um tapete voador que fala ou uma boneca pode ser uma amiga que exige um pouco mais de comida na hora do jantar. A transição da infância para a adolescência na sociedade ocidental contemporânea é marcada, frequentemente, por quando a criança cessa esse tipo de brincadeira “encantatória”. Aqueles jovens que permanecem brincando com bonecas são tidos como infantis ou infantilizados e adultos que mantêm sua paixão por bonecas em geral são tidos como doentes ou anormais (ROBERTSON, 2005).

O manequim de moda, tal como o “marido-boneco” de Suzanne Heintz, sempre serviu mais como um modelo a se aspirar do que uma forma realística de pensar o corpo humano. A composição da artista consegue ironicamente mexer com um dos aspectos discutido por Beatriz Jaguaribe em “Crônicas da boneca desejada”, que analisa a representação das bonecas erotizadas como a *Barbie* – tanto virtuais quanto “reais” – e examina como se estabelece “o

deleite da boneca como figura de estranhamento cuja duplicação da figura humana borra as fronteiras entre o orgânico e o inorgânico, entre o real e o hiper-real” (JAGUARIBE, 2008, p. 228).

Bonecas, autômatos, marionetes ou títeres, *cyborgs*, estátuas ou manequins são apenas alguns dos diversos aspectos nos quais podem encarnar o fetiche animístico que confunde as linhas entre o orgânico e o inorgânico. Como afirma Jaguaribe, as bonecas estabelecem uma dupla relação com seu detentor: por serem objetos materiais, têm presença no mundo; por serem figuras humanas “vazias”, é possível dotá-las de significado e projetar nelas nossas fantasias (JAGUARIBE, 2007). Isto porque a boneca, não possuindo um psiquismo próprio, pode assumir todos ou nenhum.

De acordo com Tim Dant, em seu estudo “A cultura material no mundo moderno”, o livro de Charles de Brosses, de 1760, intitulado *Du culte des Dieux Fétiches ou Parallèle de l'ancienne Religion de l'Égypte avec la Religion actuelle de Nigritie*⁷⁶, é tido como a origem do sentido moderno do fetiche e do fetichismo como uma forma de descrever práticas religiosas de adoração de objetos (DANT, 1999 apud JAGUARIBE, 2007). O fetiche é definido pelo dicionário como um objeto ao qual se presta culto por se atribuir a ele poderes mágicos ou sobrenaturais. Normalmente esse objeto de adoração representa simbolicamente (ou não) um espírito ou um Deus. A palavra fetichete, contudo, tem um duplo significado que pode ser o de um encanto mágico, mas também o de “uma fabricação, um artefato, um trabalho de aparência e sinais” (STEELE, 1997 apud JAGUARIBE, 2007, p. 188, grifo da autora). Entretanto, o termo é amplamente associado à teoria marxista que vê o fetichismo como uma forma de encantamento presente em objetos e mercadorias fabricados pelo trabalho humano que “obscurecem” o processo histórico de exploração que ocorre durante a sua fabricação.

Marx critica através do fetichismo, a reificação que transforma as relações sociais entre as pessoas em relações entre objetos de trocas. Dessa forma, o fetichismo seria a “fixação que nos torna incapazes de compreender esses produtos como sintoma e expressão de relações sociais, mais especificamente como sintoma e expressão de 'condições de produção econômicas' especificamente capitalistas” (GUMBRECHT, 2010, p. 177). Vale notar que tanto a teoria freudiana quanto a marxista explicam o fetiche como um tipo de deslocamento do desejo e como algo que é provocado por uma forte visualidade

⁷⁶ Algo como “Do culto dos deuses fetiches ou o paralelo entre a religião antiga do Egito e a religião atual do Nigrite”. Nigrite era o nome dado a uma região na África Ocidental localizada entre o Sudão e a costa atlântica da África que hoje ocupa mais de um país.

(JAGUARIBE, 2007). A visão psicanalítica de Freud compreende o fetiche como uma forma de sublimar a ansiedade em relação à castração que a visão do órgão genital feminino causa ao homem. Dessa forma, a objetificação sexual seria o resultado de um processo de superação do fetichista adulto a essa aversão, no qual ele acaba “dotando mulheres de características que fazem delas objetos sexuais toleráveis” (STEELE, 1997 apud JAGUARIBE, 2007, p. 188).

Para Massimo Canevacci (2008, p. 199), a boneca é uma espécie de fetiche domesticado e infantilizado que “exprime uma alma-coisa que inquieta”. Ele se baseia no ensaio de Rainer Maria Rilke, “Bonecas, Brinquedos e Marionetes”, para abordar a condição ilusória da boneca que se encontra nesse lugar de morta-vida, um objeto que parece poder ganhar vida, “uma 'coisa' que *emana alma*” (CANEVACCI, 2008, p. 201, grifo do autor). Talvez por isso, Rilke, na quarta das suas “Elegias de Duíno”, sugira que o homem abandone sua falsa ilusão de domínio e controle sobre as coisas e perceba que ele é tal como um títere na vida e na morte. Assim, “da traumática virada de perspectiva proposta por Rilke emerge uma nova concepção do humano; sujeito e objeto, a vida e a morte, a matéria viva e a inanimada estão todas no mesmo plano” (ERULI, 2008, p. 18).

É possível encontrar o tema da difícil distinção entre o animado e o inanimado recorrentemente no campo filosófico e literário. Descartes propõe, por exemplo, que os animais não-humanos, enquanto coisas não pensantes, funcionariam como um autômato mecânico (ROCHA, 2004) ou máquinas sem alma (COELHO, 2010). Bergson, na conferência “A alma e o corpo”, retrata como a corrente determinista de sua época consegue aplicar a mesma explicação mecânica utilizada para os fenômenos astronômicos e físicos aos fenômenos orgânicos, postulando que os estados psicológicos e as ações humanas também poderiam ser matematicamente calculáveis, uma vez que todo o universo material funcionaria como uma máquina encadeada por engrenagens reguladas como em um relógio (BERGSON, 1993b apud COELHO, 2010, p. 219).

Românticos como E.T.A Hoffman e Kleist viram na boneca um exemplo do duplo que assombra o humano. Como afirma Eruli (2008, p. 20), “para Kleist a fronteira entre consciência e inconsciência, entre parte obscura e parte conhecida da psique torna-se tão sutil que é possível dobrá-la como uma fita de Möbius: na imobilidade da matéria opaca está a consciência total próxima à da divindade”. Já Hoffman em seu conto “The Sandman” narra a trágica história de Nathaniel e seu envolvimento com a boneca-mecânica Olímpia, um modelo de feminilidade passiva, esteticamente agradável e absolutamente sem livre-arbítrio. O conto

inspirou Freud a escrever seu seminal ensaio “Das 'Unheimliche'”⁷⁷ (“O Estranho”), em 1919, sobre a inequívoca sensação anímica do estranhamento provocada por sócias, duplos e autômatos.

Freud escreve que a palavra “*heimlich*” em alemão representa dois conceitos bem distintos, isto é, por um lado diz respeito ao que é familiar e agradável e por outro ao que está escondido ou fora de vista (LLOYD-SMITH, 1989). É por isso que em Schelling, Freud encontra a seguinte definição para esse conceito: “‘*Unheimlich*’ é o nome para tudo que deveria ter permanecido... secreto e escondido, mas veio à tona”⁷⁸ (FREUD, 1953 apud LLOYD-SMITH, 1989, p. 1, grifo do autor). Assim, o que torna o *unheimlich* tão inquietante é o fato de ser algo que vem à superfície a despeito da vontade daquele que queria mantê-lo escondido. Como afirma Nicholas Royle (2003, p. 1), “o estranho envolve sentimentos de incerteza, em particular no que diz respeito à realidade de quem se é e o que está sendo experimentado”.

Não é possível, contudo, existir esse sentimento de estranhamento sem que haja consigo uma noção do familiar, do comum, do cotidiano. Por isso, o *unheimlich* é uma incerteza que surge *estranhamente* quando se está em um local conhecido. Ele quebra com essa noção de dócil familiaridade, desnaturalizando o mundo conhecido. É algo que assusta ou aterroriza *misteriosamente*. “Ele pode tomar a forma de algo familiar que inesperadamente surge em um contexto estranho ou desconhecido, ou como algo estranho e desconhecido que surge inesperadamente em um contexto familiar” (ROYLE, 2003, p. 1).

O *unheimlich* é uma sensação que não pode ser controlada. Ela pode ser tanto parte de um estranhamento em relação ao mundo, como de uma estranheza em relação a si mesmo. O estranho é o próprio indivíduo que não reconhece a si mesmo, que se torna um desconhecido, um estrangeiro para si próprio. Royle (2003, p. 16) afirma que é “impossível pensar o estranho sem envolver um senso do que é autobiográfico, autocentrado, baseado na própria experiência. Mas é também impossível conceber o estranho sem um senso de fantasmagoria, uma sensação de estranheza que dissolve toda a segurança sobre a própria identidade”. Para Freud, a autoconsciência implica um duplo, pois cria uma separação identitária entre sujeito e objeto, onde “o objeto (si mesmo), sendo reflexivo em relação ao sujeito, torna-se um outro encarnado” (KITTLI, 1998, p. 11).

⁷⁷ No alemão, *Das Unheimliche* é usado para substantivos e *unheimlich* para adjetivos. Quando se diz ‘o estranho’, está se usando *Das Unheimliche*, mas caso algo possua caráter estranho, é empregado *unheimlich*. Contudo, como se trata de um fenômeno específico, preferi utilizar *unheimlich* para qualquer uso do termo, evitando, assim, adjetivações que não contemplem o efeito do estranho em toda a sua integridade.

⁷⁸ Grifo do original. Tradução minha.

O estranho é a experiência de algo duplicado, de ser duplo. Como afirma Royle (2003, p. 23), “o estranho, então, não é meramente uma matéria ‘estética’ ou ‘psicológica’ (...): sua elaboração crítica é necessariamente unida à análise, ao questionamento e até à transformação do que é chamado de ‘vida cotidiana’”. Para Julia Kristeva, o “estranho” de Freud oferece outra maneira de pensar ética e política, pois “de agora em diante, sabemos que somos estrangeiros para nós mesmos e é com a ajuda desse único suporte que podemos tentar viver com os outros” (KRISTEVA, p.170 apud ROYLE, 2003, p. 7).

Como dito, para que surja a estranheza é fundamental que primeiro haja uma noção de familiaridade. Até o presente momento, tenho mostrado continuamente a associação que se fez (e faz) entre mulher, domesticidade e lar. Por esse prisma é fácil entender porque, do ponto de vista do “homem”, a boneca enquanto metáfora da mulher pode ao mesmo tempo ser fascinante e assustadora, uma vez que enquanto permanece uma figura passiva, a sensação de estranhamento não se estabelece. A mulher, como afirmou Simone de Beauvoir (1980), é por excelência o outro e, portanto, “a representação ficcional do feminino é duplamente elusivo porque o feminino já é uma representação, um signo, como comentadores desde Simone de Beauvoir tem observado” (LLOYD-SMITH, 1989, p. 134).

Estranhamento e choque marcaram grande parte da produção artística do século XX, que tentou desvincular-se de uma representação mimética da realidade. Como analiso no capítulo anterior, a paródia, por exemplo, tornou-se uma ferramenta para a constituição desse estranhamento na produção moderna e pós-moderna. “O estranho nunca está longe de algo cômico: humor, ironia e risada todas têm genuinamente um papel ‘engraçado’ ao pensar esse tópico” (ROYLE, 2003, p. 2). Socialmente, o *unheimlich* pode servir como uma maneira de interrogar a convenção e a ideologia. O formalista russo Victor Chklovski, por exemplo, reconheceu na arte o papel fundamental de “desfamiliarizar” as crenças e percepções ao torná-las “estranhas”, pleiteando “para a arte a função de produzir estranhamento” (FERRAZ, 2015, p. 47).

3.2. GENEALOGIA DAS BONECAS

O fascínio pela boneca, apesar de não ser novo, ganhou nova intensidade nos séculos XIX e XX em diversos movimentos artísticos⁷⁹. Os surrealistas, por exemplo, eram

⁷⁹ Não cabe aprofundar esse ponto nessa dissertação, mas aconselho a leitura do ensaio “Bonecas hiper-reais: o fetiche do desejo” publicado, em 2007, no livro *O choque do real: estética, mídia, cultura* de Beatriz

fascinados pela boneca, especialmente pela manequim de moda, os autômatos e as bonecas de porcelana. De acordo com Jaguaribe, “esse fascínio advém do estranhamento da duplicação da figura humana, em que a presença material, mas também espectral da boneca gera uma atmosfera de incerteza, do belo sinistro, do morto vivo, do inorgânico confundindo-se com o orgânico” (JAGUARIBE, 2008, p. 231).



Figura 73: “The Doll”, Hans Bellmer, 1935.

O artista alemão Hans Bellmer ficou conhecido na década de 1930 pelo movimento surrealista como um dos precursores do fascínio pela figura da boneca desmembrada. Apesar de nunca ter sido efetivamente integrante do surrealismo, Bellmer era adorado pelos mesmos por ter sido o criador de “The Doll”, uma manequim feminina com junções que vão além do humanamente possível (Fig. 73) e que em suas primeiras versões podiam ser desmontadas para uma investigação erotizada à la Baudelaire da “alma” do brinquedo sinistramente “belo”. As

bonecas de Bellmer pareciam ultrapassar esse lugar da existência concreta e criar um ente que não chega a ser nem humano nem coisa pura. É nesse entre-lugar que a criação de Bellmer “procura dissolver a dialética entre sujeito e objeto e, portanto, de ir além do dualismo coisa-pessoa, para difundir e praticar uma criatura que seja coisa vivente, uma *biocoisa*” (CANEVACCI, 2008, p. 213, grifo do autor).

Como afirma Beatriz Jaguaribe (2007, p. 216), “as bonecas de Bellmer, que tanto podem ser interpretadas como uma crítica à eugenia nazista ou como uma revelação das ambiguidades surreais sobre o reprimido e o feminino, foram acolhidas no marco do repertório vanguardista. Elas buscavam, entre outras coisas, dissolver o encantamento publicitário da boneca manequim da loja, da boneca erótica dos cartões-postais e da boneca do reclame publicitário”.

As bonecas de Bellmer têm seu corpo reconstruído a partir do exame aprofundado de suas partes separadas e fragmentadas renegando a ideia platônica de um corpo único e coeso. Ela é uma coisa amorfa múltipla que serve como lembrete da fragilidade e da vulnerabilidade

Jaguaribe para maiores detalhes sobre as representações da boneca enquanto artefato material, objeto técnico e erótico, além de figura de automodelação representada na literatura, artes plásticas, moda e mídia.

do corpo humano. Perdem-se nessa junção sem uma unicidade essencial os vestígios de uma identidade que seria própria da boneca. Ela se transforma em *identificação*: é fruto de um desejo que a transforma em algo que não serve para nada além do prazer visual e tátil de seu criador. Para Massimo Canevacci (2008, p. 214),

Bellmer é o artista que parece, mais que outros, procurar uma solução prática, possível, tocável, até mesmo vivível e desejável com as fantasmagorias escritas e elaboradas por Rilke sobre a boneca. Uma boneca que – se se abandona a nós – se percebe o desejo perigoso de ter identidades diversas e alternativas, tanto quanto se projetam ou se autonomizam pelo mesmo corpo-de-boneca: e nesta possibilidade de fluir entre diversas identidades, corre o risco de se perder dentro da boneca, dentro do seu *bodycorpse*, dentro de um corpo fixo e mutante que é uma *coisa* extremamente desejável.

Suas fantasias “perversas” de corpos polimorfos presentes nas suas diferentes versões de “A Boneca”, abrigaram o desejo e a obsessão do artista com sua sobrinha adolescente, Ursula, que tinha se tornado sua vizinha em Berlim. De acordo com David Hopkins (2016, p. 275), “a obsessão de Bellmer com sua sobrinha adolescente (...) informou diretamente a construção da primeira ‘Doll’ entre 1934 e 1936”. Para Hopkins, contudo, não foi apenas o desejo reprimido por Ursula e o encontro fortuito de seus brinquedos infantis que inspiraram suas bonecas desfiguradas e seus desenhos eróticos com bonecas como jovens garotas, mas também uma tendência pedófila pouco discutida.

O que é notável aqui [no texto que explica o que inspirou seu trabalho com ‘A boneca’] é o modo como Bellmer combina a habilidade excepcional de enfatizar a visão proto-fetichista de uma criança olhando para, e através, escultura com a emergência de uma fantasia proto-pedófila que ele desenvolveu mais tarde, não apenas com a construção de ‘A Boneca’, mas também em certos desenhos da metade de 1930 (HOPKINS, 2016, p. 275, parênteses meu).

Se for verdade ou não que Bellmer tinha tendências pedófilas, não me cabe julgar nesse trabalho. Trago, contudo, essa discussão porque ela exemplifica um ponto importante de seu trabalho para mim: suas bonecas, por mais que figurem um belo exemplo de uma nova imaginação corporal que foge às regras de anatomia padrão, foram feitas pelo artista para serem apenas um novo tipo de fetiche visual. “Construirei uma jovem artificial das possibilidades anatômicas capazes de refisiologizar as vertigens da paixão até inventar desejos” (BELLMER, 2001 apud CANEVACCI, 2008, p. 220). Por isso, elas são bonecas que tem função de despertar amores e obsessões, e expressam “de forma perturbadora o lado obscuro do fetiche da boneca erótica e da figura do feminino” (JAGUARIBE, 2007, p. 216).

A criatura feita por Bellmer torna subjetiva a experiência do observador em relação à

coisa e transforma o “monstro” em objeto de afeto, transgredindo a relação com um corpo considerado como padrão de beleza feminina. Entretanto, a boneca de Bellmer é no fundo como todas as outras: um objeto que apenas serve para receber o desejo (obscuro) de seu dono. Ela expressa – assim como todos os artistas citados até aqui – a visão da mulher como um objeto opaco que se torna 'animada' a partir do desejo do outro. A mulher representada enquanto objeto puro do fetiche masculino passa por um processo de objetificação. A objetificação sexual, por exemplo, seria um tipo específico desse processo no qual se trata o humano (apenas) como um instrumento de desejo e prazer sexual. Este processo ocorre quando se trata como mercadoria ou como objeto “aquilo que não é realmente um objeto, mas, sim, um ser humano” (NUSSABAUM, 1995 apud BRUNNER, 2013 p. 38).

É interessante notar como Laura Mulvey requalifica essa discussão no livro *Visual Pleasure and Narrative Cinema* ao abordar a diferença de enquadramento recebida por homens e mulheres nos filmes hollywoodianos, nos quais a figura feminina normalmente parece “parar o fluxo da ação em momentos de contemplação erótica”⁸⁰ (MULVEY, 1989, p. 19). Para a autora, o enquadramento das mulheres nesses filmes não apenas as objetiva sexualmente como também reproduz uma visão “masculinizante” desse feminino que é internalizada (inconscientemente) por espectadores de todos os gêneros. Nesse caso, o homem heterossexual (e não o humano) seria o sujeito a engendrar o significado do objeto (a mulher) que sem o olhar dele não teria significado.

Entretanto, a figura da boneca não foi usada somente como objeto de desejo dos artistas masculinos. Algumas artistas utilizaram esse tropo como forma de questionar não apenas a objetificação feminina na sociedade e seu lugar como um “outro” passivo e sem voz, mas também como forma de colocar em jogo questões identitárias da sociedade moderna e contemporânea. Seus trabalhos artísticos dialogam com a afirmação de Beauvoir (1980, p. 22) sobre o conflito interno que é vivenciado pela mulher em sociedade,

na mulher há, no início, um conflito entre sua existência autônoma e seu ‘ser-outro’; ensinam-lhe que para agradar é preciso procurar agradar, fazer-se objeto; ela deve, portanto, renunciar à sua autonomia. Tratam-na como uma boneca viva e recusam-lhe a liberdade; fecha-se assim um círculo vicioso, pois quanto menos exercer a sua liberdade para compreender, apreender e descobrir o mundo que a cerca, menos encontrará nele recursos, menos ousará afirmar-se como sujeito; se a encorajassem a isso, ela poderia manifestar a mesma exuberância viva, a mesma curiosidade, o mesmo espírito de iniciativa, a mesma ousadia que um menino.

⁸⁰ Tradução minha.

Estabeleço uma genealogia seletiva de mulheres artistas, cujas obras estabelecem relações conceituais com o trabalho de Suzanne Heintz, onde coloco em questão o estranhamento da sexualidade por meio das fotomontagens de Hannah Höch; o estranhamento do autorretrato por meio das fotografias pessoais de Claude Cahun; a figura da mulher e sua incerteza frente ao papel social imposto a ela, nas esculturas de Louise Bourgeois e na instalação coletiva ‘Womanhouse’; a desconstrução da beleza e da identidade em Cindy Sherman e, finalmente, o fetiche na obra performática de Amber Hawk Swanson. O que as use e torna possível estabelecer essa tessitura analítica é o fato dessas artistas terem se debruçado em a si mesmas e suas experiências, estabelecendo essa “bonequização” para questionar não apenas a objetificação feminina na sociedade e seu lugar como um “outro” passivo e sem voz, mas também como forma de colocar em jogo questões identitárias da sociedade moderna e contemporânea.

3.2.1. HANNAH HÖCH

A primeira artista que pretendo analisar é Hannah Höch, uma artista dadaísta alemã nascida em 1889 que ficou conhecida, principalmente, por seu trabalho com fotomontagens, estilo artístico do qual é uma das criadoras. As fotomontagens dadaístas de Hannah Höch eram um tipo de colagem que combinava na mesma tela diferentes materiais visuais – fotografias, pedaços de jornais e imagens de revistas – que ao serem recortados e colocados juntos eram ressignificados pela composição, pois seu conceito inicial era completamente alterado. Sua obra questionava fundamentalmente o papel feminino na sociedade moderna, criticando desde as expectativas sobre a feminilidade até a misoginia presente na cultura dominante. Assim como Suzanne Heintz, a artista não apenas se debruçou sobre esses temas como também criticou a construção feminina dentro da cultura popular, se apropriando de forma satírica das imagens presentes nas maiores revistas femininas alemãs.

Os dadaístas em geral acreditavam que para desestabilizar a estrutura social burguesa era necessário minar sua base de sustentação, o que incluía modificar os papéis tradicionais de gênero, já que esses assegurariam a sobrevivência da família nuclear. Contudo, apesar do movimento artístico ter sido bastante vocal em relação à emancipação feminina na sociedade, a maioria de seus artistas masculinos não transportou essa ideologia para o seu cotidiano, menosprezando a participação e a importância da atuação das mulheres de seu círculo. Sobre a maior parte dos artistas do período, Höch afirmou que “eles continuaram por um longo

período a olhar para nós mulheres artistas como amadoras charmosas e talentosas, nos negando qualquer status profissional”⁸¹. Hans Richter, por exemplo, limitou sua contribuição aos “pãezinhos, cervejas e cafés que ela de alguma forma fazia aparecer, apesar da limitação financeira”⁸² (ELGER, 2004, p. 44). Seus 'colegas' George Grosz e John Heartfield, por outro lado, quiseram impedir sua participação na Primeira Feira Internacional Dada, realizada em 1920. Ela só fez parte do evento com sua famosa fotomontagem “Cut with the Kitchen Knife through the Last Weimar Beer-Belly Cultural Epoch in Germany”⁸³ (Fig. 74) porque Raoul Hausmann, um artista com quem mantinha um relacionamento na época, ameaçou também retirar suas peças da exposição caso ela não participasse. Esse desprezo por parte dos integrantes mais conhecidos do grupo é considerado uma das razões pelas quais – em que pese a apresentação dessa obra-prima do dadaísmo alemão dentro da exposição supracitada, maior evento realizado em Berlim pelo movimento –, Hannah Höch esteve ausente de grande parte dos livros canônicos escritos sobre o dadaísmo até praticamente o final dos anos 1970, quando foi “redescoberta” (ALLMER, 2016).

A artista chegou a escrever publicamente sobre a hipocrisia da sociedade e dos homens do movimento dadaísta – bem como provavelmente do próprio Hausmann – no ensaio satírico de 1920, intitulado “The Painter” (O Pintor). Seu conto narra a história de “Heavenlykingdom”⁸⁴, um pintor que culpa sua esposa por limitar sua genialidade ao lhe obrigar a lavar os pratos quatro vezes em quatro anos, pois “como uma pessoa moderna ele sentia que em teoria deveria concordar com a igualdade entre os sexos”, mas acredita que essa imposição lhe “aprisiona o espírito”, ainda mais dentro de sua própria casa.

Ele sente dificuldade para concluir um quadro cubista em que deseja comparar a alma feminina à natureza de uma cebolinha, ambas claramente “preenchidas pelo vazio”. Depois de mais de dois anos trabalhando no quadro, ele desiste de pintar a “enganadora” alma da mulher que teima em não combinar com o movimento verde que a cebolinha impõe à sua pintura. Na

⁸¹ <<http://www.telegraph.co.uk/culture/art/10545071/Hannah-Hoch-The-woman-that-art-history-forgot.html>>. Acessado em maio de 2017.

⁸² Tomei uma certa liberdade com essa tradução. No original, a frase retirada da biografia “Dada Profile” de Richter fala sobre seu papel de anfitriã no estúdio de Hausmann, em que ela “conseguia de alguma forma, a despeito da falta de dinheiro, fazer aparecer pãezinhos amanteigados, além de cerveja e café”.

⁸³ Escolhi o nome utilizado pelo MoMA para representar a obra ao invés nomenclatura escolhida por Dietmar Elger, em “Dadaism”. Faço questão de frisar isso porque durante a minha pesquisa encontrei outras versões para o título do quadro que mudavam a ordem das palavras e, em alguns casos, até incluíam a palavra DADA no título. Para mais informações sobre a obra no site do MoMA: <<https://www.moma.org/explore/multimedia/audios/29/704>>. Acessado em maio de 2017.

⁸⁴ Nome que pode ser traduzido em português como “Reinodoscéus”. A versão do conto que li já estava traduzida para o inglês, por isso imagino que havido um esforço para manter um jogo de palavras presente no original.

exposição de seu quadro, o presidente fica maravilhado com a “obra-prima” que o lembra da “revolução” de seus pais. Perguntado sobre o título da pintura que acaba sendo comprada para a Galeria Nacional, o pintor orgulhosamente a chama de “a alma feminina” e o conto termina com ele sendo cotado como um possível candidato ao prêmio Nobel.

Com este conto, Höch satirizou acidamente a misoginia cultural dominante de sua época ao mesmo tempo em que tornou público o machismo de grande parte de seus

companheiros vanguardistas, pois como afirmou, “todos eles desejavam essa 'Nova Mulher' e seu inovador desejo por liberdade. Mas eles mais ou menos rejeitavam brutalmente a noção de que eles, também, tinham que adotar novas atitudes” (MALONEY, 2013 apud LATIMER, 2016, p. 357).

Pode-se dizer que o questionamento sobre o papel da mulher na sociedade esteve presente na maior parte de seu trabalho, inclusive em suas obras mais politizadas, nas quais tentava equalizar a liberação feminina com o desejo de uma revolução política e social. Essa tendência fica clara na fotomontagem



Figura 74: “Cut with the Kitchen Knife through the Last Weimar Beer-Belly Cultural Epoch in Germany”, Hannah Höch, 1919.

“Cut with the Kitchen Knife through the Last Weimar Beer-Belly Cultural Epoch in Germany”, onde ela iguala metaforicamente a faca de cozinha, um objeto tido como feminino, à tesoura que incide sobre as imagens dessa sociedade alemã em construção.

Dessa forma, a artista sinaliza um possível corte simbólico da mulher dentro do domínio público, político e cultural da república de Weimar. Höch também chama atenção diretamente para a questão da emancipação feminina ao colar no canto direito inferior da tela um pequeno mapa dos países europeus em que as mulheres já tinham direito ao voto. Na obra,

as mulheres são representadas como um dos veículos da mudança e não apenas como espectadoras da História. Seus corpos e rostos são colados – não apenas lado a lado, mas também fundidos – aos corpos e rostos de personalidades políticas e culturais em voga. Engrenagens de máquinas se misturam de forma caótica a atores, dançarinos, acrobatas e esportistas – recortados de revistas, almanaques e fotografias – para mostrar a integração dessa nova e moderna Alemanha que se forma. Dizeres dadaístas se espalham pelo quadro para convocar o espectador a participar desse contraditório mundo moderno mecanizado, onde figuras da antiga ordem, como o Kaiser (o anti-dada de acordo com sua posição na tela) dividem espaço (e imaginário) com o presidente Ebert da nova República de Weimar. O caos organizado que as colagens impõem ao quadro espelham a cacofonia que a vida moderna trouxe para a época.

Em outras obras, Höch criticou a cultura massiva da indústria de cosméticos e o tipo de mulher que ela formava, uma mulher diferente da “Nova Mulher” que ela mesma representava com seu cabelo a *la garçonne*, isto é, curtinho e rente como de “um menino” e roupas mais largas e menos marcada, sem espartilho. Seu trabalho na revista feminina “Ullstein Verlag”, de 1916 a 1926, fez com que ela estivesse extremamente ciente da diferença entre como as mulheres eram retratadas na mídia e como eram vistas na vida real. Grande parte das imagens dessa revista serviu como matéria-prima para suas telas,



Figura 75: “Da-Dandy”, Hannah Höch, 1919.

principalmente os recortes de anúncios de beleza da época. Em “Da-Dandy”, de 1919 (Fig. 75), braços, pernas e outros pedaços de corpos femininos e, claro, bocas sorridentes, são colados juntos, formando ao fundo a silhueta de uma cabeça aparentemente masculina, quase escondida no meio da colagem.

O “dândi” que dá nome ao quadro se refere tipicamente a um homem que tem um estilo estético refinado e se preocupa bastante com sua própria aparência. O dandismo que surgiu entre o final do século XVIII e início do século XIX buscava uma vida dedicada ao lazer, ao prazer e ao belo, tendo nas figuras de Oscar Wilde e Lord Byron seus representantes mais famosos. A interpretação de Dietman Elger sobre o quadro é que essa silhueta, o suposto “Da Dandy”,

parece “ter sua cabeça cheia com nada além de mulheres” (ELGER, 2004, p. 42). O autor afirma que esse quadro é essencial para entender o complicado relacionamento aberto de Hannah Höch com Raoul Hausmann. Em suas palavras, “o trabalho Da-Dandy é uma reflexão irônica e reservada desse relacionamento complicado. O retrato de seu amante é meramente esquemático e está coberto de representações das numerosas rivais jovens da artista” (ELGER, 2004, p. 42).

Gostaria, contudo, de propor outra interpretação para o quadro de Höch que não leva em conta a questão do relacionamento dos dois, mas que coloca a artista no lugar central da obra. Isto porque quando comparo o perfil presente no quadro ao perfil de Hannah Höch (Fig. 76 e 77) e de Hausmann (Fig. 78), me parece que o recorte é bem mais semelhante ao nariz aquilino da artista do que ao protuberante nariz de seu amante.



Figura 76: Fotografia da Primeira Feira Internacional Dada em Berlim, 1919.



Figura 77: Recorte de o perfil de Höch da Fig. 76.



Figura 78: Raoul Hausmann, Roger Viulliez, 1931.

Como acontece em diversos quadros da dadaísta, ela junta corpos masculinos e femininos criando criaturas andróginas, que borram as atitudes que eram atribuídas na época a cada um dos gêneros, assim como percebo ocorrer no quadro exposto. Entretanto, como dito, nesse caso específico, parece-me que todas as figuras femininas se reúnem, formando uma silhueta andrógina que em verdade representa o perfil de Höch. Tendo isso em vista, poderia manter uma análise semelhante à feita por Elger, levando em consideração a bissexualidade

de Höch⁸⁵, em que afirma que a figura de dândi só tem mulheres na cabeça. No entanto, penso que a mensagem é outra: dessas mulheres expostas nas revistas é possível formar uma “Nova Mulher”, que como Höch não se sente presa aos estereótipos de gênero. Logo, por mais que a publicidade imponha acessórios elegantes e fúteis às mulheres, tais como bolsas, sapatos altos, chapéus e colares de pérolas como vemos no quadro e que faria delas “dândis”, essa nova mulher está presente como uma figura potencial meio a tantas outras.

Para Huyssen, o quadro de Höch é passível de uma dupla interpretação, podendo ser tanto a representação de uma “Nova Mulher” que busca liberdade e independência pública em relação a sua aparência quanto uma crítica sutil à representação da mulher na indústria da moda e seu lugar de submissão ao interesse do homem. “Há uma espécie de dupla exposição aqui da figura do dândi na Era Dada que explicitamente afirma o tema da elegante “Nova Mulher” moderna enquanto que subliminarmente inscreve o homem controlando seu espaço e aparência” (HUYSSSEN, 2015, p. 167).

3.2.2. CLAUDE CAHUN

Claude Cahun, nome adotado por Lucy Schwob, foi uma artista francesa nascida em 1894 que fez parte do movimento surrealista europeu. Ela permaneceu por muitos anos na obscuridade até ser “redescoberta” por causa de seus autorretratos andróginos que vieram à tona quando parte de seu acervo pessoal foi leiloadado após o suicídio de sua companheira e irmã de criação, Marcel Moore (nome adotado por Suzanne Malherbe), em 1972. Cahun realizou trabalhos literários, ensaios jornalísticos, design teatral, fotomontagens, objetos-esculturas, fotografias e atuou em peças de teatro experimental, mas como disse Solomon-Godeau (1999, p. 111), “até quase 1985, quando o livro de Chadwick apareceu, o trabalho de Claude Cahun (1894-1954) era ainda amplamente desconhecido”. Suas fotografias interrogam a relação entre corpo e feminilidade ao proporem uma estética visual que desafia visões pré-estabelecidas sobre gênero, trazendo para a superfície um estranhamento pautado na indefinição constituída por sua imagem. “Autorretratos figuram entre as primeiras de suas fotografias (1911) e são uma característica consistente em sua produção visual até quase o final de sua vida” (SOLOMON-GODEAU, 1999, p. 113-114).

⁸⁵ Höch esteve por nove anos em um relacionamento amoroso com a escritora e linguista holandesa, Mathilda 'Til' Brugmann. Elas viveram juntas de 1926 a 1935, tanto em Hague quanto em Berlim. Após o término do relacionamento, Höch se envolveu com Kurt Matthies, com quem esteve casada de 1938 a 1944.

Grande parte de seu trabalho literário e gráfico foi perdido, pilhado ou destruído durante a ocupação alemã à Jersey, ilha integrante das “Ilhas do Canal”, entre 01 de julho de 1940 e 09 de maio de 1945. Entretanto, uma pequena parte de seu trabalho fotográfico auto-referenciado foi publicado na forma das trinta (30) fotocollagens presentes em seu livro *Aveux non avenues* publicado em 1930. Como afirma Shelley Rice (1999, p. 22), sobre as fotomontagens de Cahun “ela continuamente multiplicou, fragmentou e desfez a sua própria imagem para fornecer comentários sobre identidade e feminilidade”.



Figura 79: Photomontage “Moi-Même”, Claude Cahun e Marcel Moore, 1929–1930.

sua figura ‘feminina’ no centro do espelho tem escondidas, isto é, a careca e a expressão dura no maxilar. Já o que caracteriza a imagem no centro do espelho como feminina é a fina e modelada sobrancelha que na imagem ocular de Claude Cahun parece estar apagada. Nesse sentido, sua figura quebra um senso de origem identitária, uma vez que apesar de ambas as imagens representarem a mesma pessoa, elas expressam a dúvida em relação a quem é a verdadeira Cahun. Seria ela a imagem do espelho ou a imagem invertida de quem a olha? Além disso, cabe outra pergunta: de quem é esse olho que a vê se não o seu próprio?

A presença de seu rosto coberto no espelho parece ir ao encontro da teoria psicanalítica

Na fotomontagem que ilustra o capítulo “moi-même” do livro em questão, feita em colaboração com Marcel Moore, a presença do duplo como mote da montagem é palpável (Fig. 79). Braços, pernas e mãos femininas estão duplamente espalhados pelo quadro. Uma dessas mãos segura um espelho no centro do quadro. Dentro de sua moldura, outra mão segura algo não identificado e, logo acima, o rosto parcialmente coberto de uma mulher olha de soslaio para o espectador da tela. Na parte inferior do quadro, o rosto de Cahun encontra-se dentro de um olho (a janela para a alma!) e nele, de cabeça para baixo, sua figura “andrógina” olha desafiadoramente para quem observa.

É interessante notar que os elementos que “masculinizam” Cahun são aqueles que

formulada na década de 1930 por Joan Rivière que afirmava a feminilidade como máscara. Nas palavras de Solomon-Godeau (1999, p. 120-121),

Essa noção de gênero como máscara, assim como a concepção de Judith Butler de gênero como fundamentalmente performativo, ressoa impressionantemente com o trabalho de Cahun não apenas por causa da aparência recorrente de figurinos e máscaras – o eu como um caso de fumaça e espelhos, mas porque ele aparenta representar a parte mais radical do argumento de Rivière. A feminilidade, de acordo com Rivière, não mascara algo que está abaixo (digamos o pré-edipiano, polimorficamente perverso, continente perdido da feminilidade primitiva), mas é em si mesmo uma lacuna, um vazio⁸⁶.

Essa questão da feminilidade enquanto lacuna está presente também no uso do espelho por parte da artista. No interior do espelho não há profundidade, ou seja, por si só, ele é um vazio que só se torna preenchido pela figura virtual que ocupa o seu reflexo. Assim, estabelece um recorte entre presença e ausência; entre o si e o reflexo de si mesmo como outro na imagem que se forma. Ao mesmo tempo, é pura identificação: esse outro é também um fragmento de si que não se encontra mais dentro e sim fora, num outro objeto. Ele serve, dessa forma, como uma metáfora da identidade e sua instabilidade.

A presença do espelho na obra também traz para discussão a questão da objetificação feminina e sua subversão, pois como observa Gen Doy (2007, p. 57), “quando a mulher artista olha em um espelho [...] ela encontra não apenas a ajuda técnica para fazer a sua auto-imagem (como o fazem também os artistas masculinos), mas uma tradição que a convida a ver-se como um objeto”. Entretanto, como argumenta o autor, existe uma escolha por trás da auto-imagem construída pelas mulheres fotógrafas e artistas que estabelece uma relação dialética entre as representações ideológicas do feminino que são agenciadas. “O espelho é uma ferramenta para a mulher que fabrica a imagem, e, em si, não é nem objetificante nem empoderante para a consciência do sujeito” (DOY, 2007, p. 57).

Sem querer entrarem detalhes na relação homoafetiva entre Claude Cahun e Marcel Moore e a sua influência na produção artística de ambas⁸⁷, concordo com a colocação de Abigail Solomon-Godeau quando ela afirma que Moore foi a primeira pessoa a ver todas as fotos de Cahun ao ponto de ser não apenas para quem ela dirigia a imagem como também para quem ela posava. “Seria, portanto, apropriado considerar essas imagens como parte de um discurso endereçado ao outro, ao invés de considerá-lo somente na categoria de auto-

⁸⁶ Tradução minha.

⁸⁷ Indico, contudo, para tanto a leitura do texto de “The equivocal “I”: Claude Cahun as lesbian subject” de Abigail Solomon-Godeau. In: RICE, Shelley (org.). **Inverted Odysseys: Claude Cahun, Maya Deren, Cindy Sherman**; Massachusetts: MIT, p. 111-126, 1999.

representação em seu sentido mais solipsista” (SOLOMON-GODEAU, 1999, p. 116).

No “Autorretrato com o Espelho” de 1928 (Fig. 80), que também aparece em seu livro *Aveux non Avenus*, o espelho aparece mais uma vez como objeto cênico para a imagem, só que dessa vez é Cahun quem desvia o olhar de seu reflexo, olhando em direção ao fotógrafo/espectador da foto. Somente este consegue distinguir as duas imagens que se formam, isto é, tanto a de fora do espelho que parece estar se cobrindo com o casaco, como a de dentro, que parece estar expondo para ele a pele nua de seu colo. Mais uma vez, Cahun performatiza alguém de gênero indeterminado. Isto porque quem a olha e vê o cabelo curto com entradas bem profundas, cortado rente à cabeça, reconhece a aparência de um homem. No entanto, quem observa a imagem do espelho percebe uma figura diferente, com o cabelo curto pintado de preto, cobrindo inclusive as entradas, no estilo *garçonne*, como era comum na época para as mulheres. Outros elementos compõem essa ambiguidade, seja o batom no lábio superior que ao invés de expressar feminilidade, acaba



Figura 80: “Self-portrait with mirror”, Claude Cahun, 1928.

por tornar sua boca mais fina e menos voluptuosa, seja o casaco quadriculado cortado reto, de forma a não marcar seu corpo. Como propõe Gen Doy (2007, p. 61),

O auto-retrato de Cahun pode ser lido como uma recusa às imagens tradicionais da vaidade feminina uma vez que ela se afasta do espelho, o que é confirmado pela sua aparência. Seu casaco ‘masculino’, cabelos e pose, e sua expressão séria, não convidam o olhar do outro com um sorriso de boas-vindas e, o olhar que retorna do outro é de gênero indeterminado – isto é, a pose de Cahun e seu comportamento não estão direcionados ao ‘espectador masculino’. Ela olha para longe e relega o reflexo do espelho ao status de objeto, enquanto ela permanece o sujeito. Essa imagem perturba a noção de masculinidade e a posição privilegiada do espectador ‘masculino’ (seja estendido a um homem de fato ou a uma mulher) e, também, a confusão da aparência feminina com a imagem espelhada⁸⁸.

Assim, a ambiguidade criada pela fotografia reside na relação de estranhamento que a

⁸⁸ Tradução minha.

conjugação de seu corpo, rosto, vestuário e gestos assinalam na direção de um múltiplo *si próprio* que transita entre os gêneros ao invés de afirmar um ou outro. Uma nova Cahun surge a cada fotografia e, por mais detalhes que pendam para o lado feminino ou masculino, geralmente há um ou mais elementos que mudam a direção da percepção do espectador. Como afirma Latimer (2016, p. 360), “usando traje, gesto e encenação – bem como efeitos específicos ao meio fotográfico – ela e sua cúmplice e companheira Marcel Moore (nascida Suzanne Malherbe) desafiaram as convenções que asseguram feminilidade e masculinidade



Figura 81: “Self-portrait in dresser”, Claude Cahun, 1932.

como essências”.

Apesar da forte ligação com o gênero neutro que a própria artista disse ser “o único que a servia”⁸⁹, ela também encenou fotografias em que colocava em questão as dificuldades do gênero feminino, como podemos ver em “Autorretrato no Armário” de 1932 (Fig. 81), no qual ela aparece vestida indubitavelmente como uma menina – com lacinho na cabeça, meias brancas e uma roupa marcadamente feminina– que dorme em uma das prateleiras de um grande armário ornado com um braço para fora. Caixas e remédios (produtos de beleza?) estão nas prateleiras acima de sua cabeça. O ângulo em que a fotografia foi tirada faz com que ela pareça bem pequena em relação ao grande e suntuoso

armário, o que faz o espectador se perguntar se aquilo que vê é mesmo uma menina ou se é uma boneca em meio aos outros produtos domésticos. Seria ela uma pessoa ou um objeto? “Cahun quase faz a si mesma um objeto doméstico, abalando a confortável aparência de domesticidade e familiaridade com algo inesperado, algo reprimido, uma memória de infância, como o estranho de Freud” (DOY, 2007, p. 133).

Na fotografia, a estranha mistura de objetos com a figura inerte de Chaun faz com que

⁸⁹ A frase “Shuffle the cards. Masculine? Feminine? It depends on the situation. Neuter is the only gender that always suits me” foi escrita por ela no livro “Disavowals”, conforme afirma o site do Museu Tate, de Londres. Extraído de: <<http://www.tate.org.uk/art/artworks/cahun-i-extend-my-arms-p79319>>. Acessado em março de 2017.

eles, assim como ela, pareçam que podem ganhar vida a qualquer momento. O estranhamento é parte significativa do trabalho de Cahun, assim como no trabalho de Suzanne Heintz. É a partir desse deslocamento proposto pela artista que o espectador consegue questionar os valores e códigos estabelecidos na sociedade. Como Latimer (2016, p. 362) coloca, “através da paródia [...] a mise-en-scène fotográfica de Cahun mobiliza a estrutura preventiva dos estereótipos contra si mesma”. Isso significa que os elementos que definem socialmente o gênero na sociedade podem mudar, como por exemplo, o uso de calça comprida em público que era proibido por lei na época de Cahun na França⁹⁰, e o que Cahun deseja com sua imagem é trazer para luz esses questionamentos e essa mudança.

Máscaras, espelhos, “eus” múltiplos e identidades duplas: é assim que o trabalho de Claude Cahun coloca em cheque a relação entre realidade e artifício. Considerada uma artista contemporânea *avant la lettre* e uma precursora para obras de artistas como Cindy Sherman, cujo trabalho analiso adiante, ela foi vista como “alguém cujo trabalho encena feminilidade, performatiza-a, desconstrói a individualidade autônoma da subjetividade e problematiza a categorização sexual e a identidade”⁹¹ (DOY, 2007, p. 10). Como a própria artista assevera, “embaixo dessa máscara, uma outra máscara. Eu não terminarei nunca de remover todas as facetas”⁹² (CAHUN, 1930 apud SOLOMON-GODEAU, 1999, p. 114).

3.2.3. LOUISE BOURGEOIS

A ambiguidade entre orgânico e inorgânico a partir do fascínio pela figura da boneca continua presente na arte moderna e contemporânea pós-vanguardista. Conhecida mundialmente por seu trabalho com esculturas de aranhas gigantes, chamadas *Maman*, Louise Bourgeois realizou durante sua vida um trabalho extremamente auto-referencializado que coloca em jogo memória pessoal, emoção e feminilidade. Outra artista que seguiu uma linha autobiográfica, a artista francesa se mudou para os Estados Unidos em 1938. Apesar de sua obra se aproximar da proposta artística presente no surrealismo e de ter conhecido os grandes nomes das vanguardas artísticas europeias em Paris, enquanto estudante de Belas-artes, Bourgeois manteve-se afastada do círculo surrealista nova-iorquino devido ao descaso que muitos de seus membros tiveram com o seu trabalho.

⁹⁰ Uma curiosidade sobre essa lei que permitia o uso de calça em público apenas para as mulheres que estivessem a cavalo ou pedalando uma bicicleta é que ela fez parte do código legislativo francês até 2013.

⁹¹ Tradução minha.

⁹² Tradução minha.

Os trabalhos de Lacan e Melanie Klein influenciaram diretamente sua produção artística. Ela conta em vários escritos sobre a própria obra que seus traumas infantis, bem como a dor e a frustração, são as grandes inspirações para a sua obra. “O tema da dor é meu campo de trabalho. Dar significado e forma à frustração e ao sofrimento. O que acontece com meu corpo tem de receber uma forma abstrata e formal. Então, pode-se dizer que a dor é o preço pago pela libertação do formalismo” (BOURGEOIS, 2000, p. 205 apud FRAYZE-PEREIRA, 2015, p. 626).



Figura 82: “Femme Maison”, Louise Bourgeois, 1945-1947.

Sua série de quadros intitulada “Femme Maison” (Fig. 82), que em português pode se traduzir por “Mulher Casa”, elaborada de 1945 a 1947, e as duas estátuas homônimas realizadas em 1997 e 2001 (Fig. 83 e 84), retratam corpos femininos nus que têm suas cabeças substituídas por diferentes tipos de casas.

Sua obra chama atenção para a posição social da mulher na sociedade que tem o seu corpo exposto e tratado como objeto sexual ao mesmo tempo em que tem de afirmar sua cabeça, seus pensamentos e suas preocupações devem estar direcionados apenas para o lar. Os quadros atentam à identidade feminina, antecipando a discussão do “problema sem nome” teorizado por Betty Friedan que discuto no capítulo 2, e refletem sobre a condição feminina na qual a mulher é ensinada que deve ocupar papéis domésticos de mãe e dona de casa. Quanto à “Mulher Casa”, Bourgeois afirma que ela “não sabe que está parcialmente pelada e que está tentando esconder-se. Isto é para dizer que ela é totalmente autoderrotada



Figura 83: “Femme Maison”, Louise Bourgeois, 1994.

porque ela mostra a si mesma no exato momento em que ela pensa que está se escondendo”⁹³. Uma poderosa ligação entre fragilidade ou insegurança com sexualidade se estabelece, mas a fragilidade feminina aqui não é um dado de sua condição natural e sim de sua condição social.

Não há escapatória para a mulher presa em sua domesticidade e existe uma tensão entre aquilo que ela consegue ver e que veem em relação a ela. A mente da mulher está presa, mas seu corpo nu é domínio público e figura de desejo. O gesto do corpo-casa de abrir as pernas em um dos quadros, por exemplo, poderia ter uma conotação erótica, não fosse o completo desalinho entre o ato em si e sua falta de intenção que na obra traz mais uma noção de patético do que de sedução. Com isso, a junção entre o orgânico e o inorgânico na obra é totalizante e desarmônica. Não é apenas uma divisão entre corpo e mente que se estabelece nessa imagem, mas, sim, uma total objetificação de um feminino que não pode ser sujeito de seus próprios atos.



Figura 84: “Femme Maison”, Louise Bourgeois, 2001.

Já na “Femme Maison” de 2001, a tensão desse corpo se torna extrema. A estátua mostra um corpo desmembrado e coberto de marcas como cicatrizes. A estátua não tem nem mais cabeça, não precisa mais pensar em nada, mas a casa está no topo de si, acima de seu ventre e intocada pelas feridas do corpo que a sustenta. A mulher-casa está enjaulada em um cubo de vidro. Sua dor é vitrine e a prevalência da domesticidade reina acima de si. É possível ver seu corpo maltratado, mas não há como ajudá-la, apenas observar a imagem perturbadora de suas cicatrizes e

membros ausentes em total desintegração. Ainda assim, alguns críticos de arte acreditaram que o trabalho de Louise Bourgeois estava propagando e afirmando os estereótipos em relação às mulheres ao invés de questioná-los. Como afirmou Whitney Chadwick, “embora Bourgeois tenha apontado para o lar como um lugar de conflito para a mulher artista, críticos [no ano de 1946-47] leram as pinturas como uma afirmação de uma identificação ‘natural’ entre as mulheres e o lar” (DEEPWELL, 1997, p. 31).

⁹³ <<http://www.tate.org.uk/whats-on/exhibition/louise-bourgeois/room-guide/louise-bourgeois-room-1>>. Acessado em maio de 2017.



Figura 85: “Maman”, Louise Bourgeois, 2008-2010.

Outra obra importante da artista é a já citada *Maman* (Fig. 85), que significa “mãe” em francês. Feita como uma homenagem para a mãe da artista, a aranha gigante expressa outra visão de feminino. Ela é a representação de um feminino potente e aterrorizador que não se espelha no padrão de maternidade socialmente

construído. Não é da artista a associação da figura da aranha com o feminino. Na mitologia grega, por exemplo, a aranha ganha o nome da jovem Aracne, uma excelente bordadeira que, dependendo de quem conta, é desafiada ou desafia a deusa Atena e é transformada em aranha como punição por sua arrogância. A escultura original em aço inoxidável do aracnídeo tem mais de nove (9) metros de comprimento e já viajou para exposições em vários lugares do mundo. Desde 2008, está em exposição permanente em Londres, na Inglaterra. Outras versões da escultura feitas em bronze estão expostas permanentemente no Japão, Qatar, Canadá, Coréia do Sul, Espanha e nos Estados Unidos.

A figura gigantesca de *Maman* não tem nada da docilidade e muito menos da domesticidade das imagens retratadas comumente na mídia quando se pensa numa mãe, no entanto, a aranha contém um saco com vinte e seis (26) ovos de mármore que estão protegidos por seu corpo revestido em bronze. *Maman* tece sua teia sobre o mundo assim como a mãe de Louise Bourgeois, que trabalhou por muitos anos com tapeçaria. Nas palavras da artista, “como as aranhas, minha mãe era muito esperta. Aranhas são presenças amigáveis que comem mosquitos. (...) Então, aranhas são prestativas e protetoras, como a minha mãe”⁹⁴.

Fundamentalmente, o trabalho artístico de Louise Bourgeois aproxima-se da proposta conceitual de Suzanne Heintz a partir de um viés autobiográfico intrinsecamente ligado a sua memória pessoal que vai servi-la como arma micropolítica na tentativa de questionar a sociedade que a cerca. Como Bourgeois (1992) afirma, “você deve diferenciar entre memórias. Você está indo a elas ou elas estão vindo para você? Se você está indo a elas,

⁹⁴ Tradução minha. Extraído de <<http://www.christies.com/about-us/press-archive/details?PressReleaseID=8140&lid=1>>. Acessado em 28 de abril de 2017.

vocês está perdendo tempo. A nostalgia não é produtiva. Se estão vindo para você, elas são as sementes para a escultura”.

3.2.4. WOMANHOUSE

Um trabalho notável chamado “Womanhouse”-“Casa da Mulher” ou “Casa Feminina”, em inglês, que coincidentemente divide seu nome com uma das traduções para a obra “Femme Maison” de Louise Bourgeois - foi realizado no início da década de setenta do século passado, a partir de um trabalho coletivo de vinte e uma (21) estudantes do recém-criado programa de Arte Feminista, três (3) artistas locais e as artistas cofundadoras do programa de arte citado na *California Institute of the Arts*, Judy Chicago e Miriam Schapiro. Considerado “a primeira expressão feminina de arte”⁹⁵, caracterizou-se pela transformação de uma mansão abandonada em um espaço coletivo de instalações e performances artísticas. Durante a metade final do ano de 1971, uma casa de dezessete (17) cômodos na área residencial de Hollywood que estava condenada pela prefeitura foi totalmente reformada e modificada para abrigar um lugar de reflexão artística sobre a condição da mulher na sociedade em local que a elas parecia estar destinado: o lar.

A obra teve como uma de suas inspirações o *Women's Building*, um prédio desenvolvido por uma arquiteta em 1893 para a Feira Mundial de Chicago que contou com palestras sobre temas ligados à vida das mulheres no período. As artistas que desenvolveram o *Womanhouse* tiveram, elas mesmas, de reformar a casa que estava sem água, luz elétrica, aquecimento e janelas. O projeto foi o primeiro trabalho de arte coletiva idealizado e desenvolvido por mulheres e utilizou performances e obras de arte integradas ao próprio ambiente coletivo (CRAWFORD, 2016).

A casa ficou aberta para visitação do público de janeiro a fevereiro de 1972, ganhando notoriedade nacional. Depois da exposição, que recebeu em torno de quatro mil (4.000) pessoas (CRAWFORD, 2016), a casa foi demolida e um conjunto de apartamentos foi construído em seu lugar. Uma das questões que essa obra feminista trouxe a debate ao projetar uma casa fictícia das mulheres que flerta com a ideia de uma “Casa de Bonecas” para adultos foi pensar que não importa a idade, seja criança ou adulta, a mulher está “fadada” a habitar esse ambiente ficcional em que sua feminilidade   construída e afirmada, fazendo também

⁹⁵ <<http://www.womanhouse.net/related-content/2016/2/16/a-re-re-retelling-of-the-narrative-of-womanhouse-or-in-the-beginning-there-was-a-woman-with-a-hammer>>. Acessado em abril de 2017.

referência ao papel delegado à dona de casa como responsável pela decoração do lar. De acordo com a professora assistente do programa e artista da exposição, Faith Wilding (1972), “a imemorial atividade feminina de cuidar da casa foi levada proporções fantasiosas. 'Womanhouse' tornou-se o repositório do devaneio feminino enquanto elas lavam, assam, cozinham, costuram, limpam e passam suas vidas fora”⁹⁶.

Judy Chicago e Miriam Schapiro desejavam enfatizar com o projeto um conteúdo artístico autêntico que fosse centrado na experiência feminina (SCHAPIRO, 1972 apud CRAWFORD, 2016). Entretanto, como disse Paula Harper sobre a exposição para o jornal *Signs*,

As jovens estudantes não tinham muita experiência pessoal a respeito do casamento tradicional e do papel de dona de casa. No entanto, as ideias foram totalmente influenciadas pelo objetivo geral do feminismo do final dos anos 1960 de revisar a posição da mulher na sociedade chamando atenção para a sua opressão e essa ideologia claramente dividida pelos muitos indivíduos envolvidos deu à Womanhouse o seu impacto (HARPER, 1985, p. 772).

Cada espaço da casa foi tomado por arte *site-specific*, isto é, criada especificamente para cada ambiente, tornando todo o lugar uma exposição “aberta”. O nome das peças foi dado de acordo com os espaços subdivididos pelas artistas dentro da casa: “Linen Closet”, de Sandy Orgel; “The Dining Room”, de Beth Bachenheimer, Sherry Brody, Karen LeCoq, Robin Mitchell, Miriam Schapiro e Faith Wilding; “The Kitchen”, de Robin Weltsch; “Eggs to Breasts”, de Vicki Hodgetts; “Curtains”, de Wanda Westcoast; “Aprons in the Kitchen”, de Susan Frazier; “Menstruation Bathroom”, de Judy Chicago; “Laundry Room” e “Shoe Closet” de Beth Bachnheimer; “Bridal Staircase”, de Kathy Huberland; “The Nursery”, de Shawnee Wollenman; “Crocheted Environment”, de Faith Wilding; “Personal Environment”, de Judy Huddleston; “Red Moon Room”, de Mira Schor; “Leaf Room”, de Ann Mills; “Nightmare Bathroom”, de Robin Schiff; “Painted Room”, de Robin Mitchell; “Lipstick Bathroom”, de Camille Grey; “Personal Space”, de Janice Lester; “Garden Jungle”, de Paula Longendyke; “Lea's Room”, de Karen LeCoq e Nancy Youdelman; “Dollhouse Room”, de Sherry Brody e Miriam Schapiro; “Dollhouse”, de Miriam Schapiro; “Necco Wafers”, de Christine Rush;

Dentre essas obras, destaco “Linen Closet”, de Sandy Orgel, “Bridal Staircase”, de Kathy Huberland, e “Dollhouse”, de Miriam Schapiro, por estarem intimamente ligadas à temática da boneca e trazerem questionamentos similares aos propostos por Suzanne Heintz

⁹⁶ Tradução minha. Extraído de: <<http://www.womanhouse.net/related-content/2016/1/24/by-our-own-hands>>. Acessado em abril de 2017.

em relação ao papel da mulher na sociedade e à ideia de luta contra uma domesticidade vigente. Em “Linen Closet”, a título de exemplo, uma manequim feminina está confinada no armário que guarda as roupas “de linho” (Fig. 86).

Seu corpo está cortado pelas estantes: cabeça, braços, tronco, quadris. Tudo é seccionado pelo armário. A manequim parece querer sair do armário que a confina, mas seu corpo fatiado não a permite tal movimento. Ela está presa: as gavetas engolem uma de suas pernas. O armário é a conformidade da vida doméstica com suas toalhas dobradas e organizadas e a obra mostra uma mulher que não consegue se desvincular das obrigações da



Figura 86: “Linen Closet”, Sandy Orgel, 1972.

casa e não consegue ela mesma ser nada além do que um objeto dentro da própria casa, um manequim sem vida que habita o lugar comum das coisas do dia a dia. “Aqui é exatamente onde as mulheres sempre estiveram – entre os lençóis e na prateleira”, disse uma mulher ao visitar o cômodo da exposição⁹⁷. Por isso mesmo, “é hora de sair do armário”, conclama Sandy Orgel⁹⁸.

Em “Bridal Staircase”, uma manequim vestida de noiva ocupa o topo da escada cercada de flores. A cauda de seu vestido desce os degraus e se estende até a cozinha, ficando progressivamente mais acinzentada e suja ao longo de seu comprimento (Fig. 87 e 88). A noiva está fixada na parede que tem temas florais ao seu redor. De véu e buquê nas mãos, é fácil perguntar-se se ela teve um casamento primaveril em junho, o mês das

noivas norte-americano. Seu rosto está voltado para cima, indicando a direção que deve seguir até o quarto. Mais alguns passos a separam do que seria o começo da felicidade conjugal. Porém, ela ainda não está lá: esse momento na escada é o último respiro de seu dia mais sonhado. Mas, o que vem depois dessa fantasia? Como afirma a artista, “minha peça lida com a não tão sonhada realidade que, para a maioria das mulheres, se encontra depois do dia do casamento. A noiva é retratada como uma oferenda – envolta em alegria, em rendas, em

⁹⁷ <<http://www.womanhouse.net/works/cy7vej61ep9fy2qzp4p8bnq66z0s6k>>. Acessado em abril de 2017.

⁹⁸ Ibidem.

flores, em um azul-celeste sonhador”⁹⁹. O problema está no que vem depois, pois como afirma Huberland, “quando a noiva desce as escadas o azul lentamente muda para cinza e a falha da noiva ao não olhar claramente para onde ela está indo a deixa contra a parede”¹⁰⁰.



Figura 87: “Bridal Staircase”,
Kathy Huberland, 1972.



Figura 88: “Bridal Staircase”,
Kathy Huberland, 1972.



Figura 89: “Dollhouse”, Miriam
Schapiro, 1972.

Já em “Dollhouse” (Casa de Boneca), obra principal do “The Dollhouse Room” (Quarto da Casa de Boneca), Miriam Schapiro recria a experiência do “estranhamento” Freudiano, a partir da justaposição do conforto do lar com os pequenos terrores que podem existir dentro e fora dela (Fig. 89 e 90). Em um dos seis (6) cômodos da casa de boneca, por exemplo, um urso está do lado de fora da janela olhando para dentro da casa, mas o verdadeiro terror encontra-se no berço azul que abriga um ser disforme coberto de sangue e penas.

Nesse mesmo cômodo, um escorpião ou uma aranha gigante encontra-se na parte de cima de um ovo, perto da prateleira de brinquedos infantis e do bebê, que por sua vez foi se esconder na parte de baixo desse ovo partido. No atelier, um

⁹⁹ Ibidem.

¹⁰⁰ Ibidem.

homem está no pedestal nu com o pênis ereto, galochas e bananas a seus pés. No cômodo ao lado, a cozinha parece aconchegante e amigável. Tudo parece em ordem e até um gatinho bebe de um potinho de leite, despreocupado. No entanto, um grupo de dez (10) homens pequenos espia através da janela. Em outro cômodo, uma serpente está enrolada no chão da sala. Não há espaço na casa, o lugar por excelência das mulheres na sociedade, em que se possa ter privacidade ou onde se encontre segurança.



Figura 90: “Dollhouse”, Miriam Schapiro, 1972.

Feito com material reciclado e restos, o trabalho presente na “Dollhouse” de Schapiro é uma amostra de sua técnica de *femmage*, termo que desenvolveu para denominar trabalhos artísticos feitos por mulheres que combinam pinturas, tecidos e papéis em forma de colagem. A pequena casinha de bonecas representou uma virada no trabalho de Schapiro, pois não apenas engendrou a técnica de *femmage* proposta pela artista, como é um dos poucos trabalhos autobiográficos da mesma. Essa casa de boneca é como se fosse a *sua* casa do “terror”, já não apenas tem um atelier (indicando que sua dona é uma artista) como no mesmo encontra-se uma miniatura de seu quadro abstrato “Silver Windows”, de 1967. “Dollhouse” foi uma das únicas a sobreviver ao curto tempo de duração de “Womanhouse”, tendo sido adquirida pelo Instituto Smithsonian após o término do projeto. De acordo com a artista, “a casa de boneca (“The Dollhouse”) dentro das paredes da casa da mulher (“Womanhouse”)

ecoa um sentimento do lugar da mulher e nos lembra da magia da infância, onde a fantasia controlava os tremores do coração”¹⁰¹.

“Womanhouse” foi um projeto efêmero em que pouquíssimas obras sobreviveram além da exposição. No último dia, as artistas fizeram um jantar em que leiloaram as peças presentes na casa e atualmente restam apenas o relato das artistas, algumas fotografias das obras e um documentário realizado a pedido de Miriam Schapiro que conta com detalhes a história desse experimento *sui generis* de arte feminista coletiva. Mesmo tento escolhido apenas os exemplos supracitados, faz-se mister destacar que toda a “casa” esteve repleta de exemplos que questionavam abertamente as noções sociais de gênero e o que é “ser mulher”, seja através do questionamento da frivolidade por trás dos elementos que constituem o que é ser “feminina”, tais como “Lipstick Bathroom” e “Shoe Closet”, seja pelo silêncio e vergonha que escondem publicamente tanto a sexualidade feminina quanto as particularidades de seu corpo, como em “Nightmare Bathroom” e “Menstruation Bathroom”.

É igualmente inegável a dura crítica feita ao confinamento da criatividade feminina à esfera do lar bem como à domesticidade que se espera delas. Cada artista trouxe para suas obras suas questões e seu toque pessoal, mas o conjunto todo conclama, como Miriam Schapiro o fez em uma palestra na Conferência de Mulheres Artistas da Costa Oeste, que as mulheres saiam de suas cozinhas e seus estúdios na sala de jantar para mostrar sua criatividade para o mundo.

3.2.5. CINDY SHERMAN

Outra artista que ficou conhecida por seu trabalho com fotografias que desafiam as questões da identidade feminina foi Cindy Sherman. Ela nasceu em 1954, em Nova Jersey e foi criada no subúrbio de Long Island, nos Estados Unidos. Após terminar a faculdade de Arte em Buffalo, em 1976, Sherman se mudou para Nova York, onde no ano seguinte começou a trabalhar em sua icônica série de fotografias chamada “Untitled Film Stills”. Na série fotográfica, ela utiliza a si própria como modelo para encenar as cenas de filmes-B que não existem em lugar algum a não ser na sua imaginação.

Em uma fotografia, ela pode ser uma jovem dona de casa de cabelo loiro curto em frente a uma pia, olhando assustada para algo (ou alguém) fora do quadro, como na foto #3,

¹⁰¹ <<http://www.womanhouse.net/works/8xlqtp3tyiq2jzccvn8z98hmm5heyu>>. Acessado em abril de 2017.

de 1977 (Fig. 91), ou pode ser uma mulher sedutora com expressão firme sentada em uma poltrona fumando um cigarro, como na foto #16, de 1978 (Fig. 92). Para compor suas séries artísticas, ela utiliza perucas, chapéus e figurino de épocas diferentes que fazem parte da teatralidade envolvida na construção das personagens que fabrica para as múltiplas narrativas e dramas. Seu trabalho de encenação da feminilidade nos “Films Stills” traz estranhamento às imagens midiáticas das mulheres presentes em filmes e propagandas. Como afirma Rice (1999, p. 8), “Sherman se recusa a exercer sua opção de subjetividade; pontos de vista privados, em seu trabalho, fundem-se com os ícnos públicos de feminilidade”.



Figura 91: “Untitled Film Stills #3”, Cindy Sherman, 1977.



Figura 92: “Untitled Film Stills #16”, Cindy Sherman, 1978.

A obra de Sherman já foi bastante comparada à de Cahun após o “redescobrimto” da mesma, todavia, os trabalhos das artistas lidam essencialmente com questões bastante diferentes em que pese à semelhança auto-referencial da fotografia. Enquanto Cahun afirma estar desvelando outras camadas de sua interioridade com suas fotos (como pode ser percebido com a citação da própria que citei acima), Sherman parece afirmar que nenhuma das mulheres que encena é ela mesma. São todas fabricações e poderiam ser classificadas “como semelhantes ao simulacro, na medida em que parecem cópias (de, por exemplo, filmes B inexistentes ou pinturas de ‘mestres antigos’), mas não são” (DOY, 2007, p. 54).

Com o fim da série “Untitled Film Stills”, Sherman passou a trabalhar com fotos coloridas e novos temas, sempre utilizando sua própria figura como aparato cênico. Na metade da década de 1980, a artista começou a produzir as séries “Fairy Tales” e “Disaster”, com imagens desconcertantes de violência, pesadelo e morte que a aproximaram da arte abjeta. Já no final dos anos 1980 e início de 1990, a artista começou a se autorretratar como personagens históricos dos séculos XVIII e XIX para a série “History Portraits”. Na

mesma época ela começou o trabalho na série “Sex Pictures”, no qual ela saiu de frente da câmera e substituiu os seus autorretratos por fotografias de bonecas, manequins e próteses corporais.

Gostaria de destacar esse período de sua obra por identificar uma semelhança visual de seu trabalho com aquele realizado por Hans Bellmer, artista já discutido nesse capítulo, ao mesmo tempo em que identifico outra questão em discussão na sua obra. Enquanto as bonecas de Bellmer, por mais desfiguradas que fossem apresentadas, tinham a intenção de serem vistas como objetos de desejo, as bonecas arquitetadas por Sherman são posadas de forma a chocar e enojar os seus espectadores.



Figura 93: “Untitled #302”, Cindy Sherman, 1994.

Elas vivenciam cenários marcados por violência e horror, como se verifica na obra *untitled #302*, de 1994 (Fig. 93), em que uma manequim feminina está sentada em frente a um fundo de brocado dourado com seu cabelo desgrenhando, sua maquiagem borrada no rosto, e as pernas numa postura estranha, estendendo-se para além do que seria humanamente possível. Sua blusa está puxada para abaixo de seu peito, deixando à mostra um rosto inocente invertido dentro do peito da manequim. A imagem perturba porque é fácil perceber que se trata de uma vítima de estupro. Dessa forma, seus manequins podem vir a servir como um alerta e uma crítica para a violência da representação feminina na indústria pornográfica, explicando o porquê do nome da série ser “Fotografias Sexuais”, quando na verdade as imagens estão mais próximas do grotesco do que da sensualidade.

Apesar de dividir com Suzanne Heintz a relação paródica que suas imagens estabelecem com cenas da cultura popular e da história da arte, diferentemente de Heintz, que representa geralmente uma personagem fixa, isto é, um alter-ego narrativo da mãe e esposa dona-de-casa, Sherman não fixa sua própria imagem em nenhuma das mulheres, homens e até mesmo seres (como bonecas e outras figuras abjetas) que representa nas fotografias que criou ao longo de sua carreira. Na visão crítica de David Harvey (2012, p. 98), “o interesse das fotografias de Cindy Sherman (ou, quanto a isso, qualquer romance pós-moderno) é o fato de

se concentrarem em máscaras sem um comentário direto sobre sentidos sociais a não ser quanto à própria atividade de mascaramento”. Contudo, Shelley Rice defende o trabalho da artista, pois acredita que

O brilhantismo de Sherman é sua habilidade de não usar um espelho, mas tornar-se um: permitindo que seu corpo reflita de maneira descolada e muitas vezes bem-humorada, o banquete variado de imagens que constitui nossa visão de mundo. (...) Tornando-se um aparelho televisivo, ela permite que as imagens do mundo fluam através dela. Ela não se identifica com nenhuma imagem específica, mas com o ‘vortex pessoal’ que é a sua experiência da vida contemporânea (RICE, 1999, p. 25).

3.2.6. AMBER HAWK SWANSON

Por fim, outro trabalho que parece tocar a questão desse hibridismo entre corpos animados e inanimados é o da artista americana Amber Hawk Swanson, que se casou em Las Vegas no ano de 2007 com uma boneca sexual hiper-realista, chamada *Real Doll*. Em 2006, ela já tinha comissionado a produção dessa boneca com pele de silicone, que faz com que possua uma sensação tátil mais próxima a de uma pessoa de carne e osso. Swanson combinou um modelo de corpo feminino já existente no catálogo ao seu próprio rosto, customizando ela mesma o seu *doppelgänger*.



Figura 94: Casamento de Amber e sua boneca homônima em Las Vegas, Amber Hawk Swanson, 2007.

Assim começou o “The Amber Doll Project” que durou de 2006 a 2008 e dividiu-se em três partes: “The Making-Of Amber Doll” no qual ela documenta a criação da boneca com fotos e vídeos; “Las Vegas Wedding Ceremony”, no qual realiza a cerimônia de seu casamento com a boneca (Fig. 94); e uma série de intervenções intituladas “To Have, to Hold, and to Violate: Amber and Doll”, nas quais ela e sua boneca gêmea, vestidas

sempre da mesma maneira, participam de recepções de casamentos, idas a ringues de patinação, festas pré-jogo de futebol americano, visitas a parques temáticos e convenções da indústria pornográfica. A *performer* geralmente deixa seu “duplo” sozinho nesses eventos e documenta a interação das pessoas com a mesma.

Uma compilação de quatro minutos com trechos dos vídeos do projeto pode ser encontrada no site da artista¹⁰². Nele, há momentos da intimidade do casal na sua lua de mel e trechos das intervenções artísticas de Hawk Swanson. A boneca, que possui uma semelhança assustadora com a artista, geralmente atrai uma horda de curiosos. Ela é tocada muitas vezes de forma íntima e seu corpo é posto nu por vários dos presentes. A cena mais chocante do vídeo acontece quando ela é deixada numa festa pré-jogo de futebol em Chicago e um grupo de homens passa, toca em seus seios, deixam-nos expostos, veem sua vagina e metem o dedo nela e em sua boca (Fig. 95), além de fingirem que a boneca está realizando sexo oral em mais de um deles¹⁰³. O corpo da boneca é violentado, tocado e exposto ao longo do vídeo, principalmente por homens, de tal maneira que a artista chamou o



Figura 95: “Tailgate Skirt”, Amber Hawk Swanson, 2007.

resultado da série algo como “Para Ter, Para Segurar, e Para Violar: Amber e a Boneca”¹⁰⁴ por estar, como a própria artista explica, questionando “ideias envolvendo o agenciamento e a objetificação (...), assim como ideias sobre sucesso e falha em negociar o poder através da participação de uma pessoa na narrativa cultural que declara mulheres como objetos”¹⁰⁵.

Amber Hawk Swanson, depois de aceitar sua dificuldade em namorar mulheres “orgânicas”, começou a fazer parte da comunidade de bonecas em 2005. Como afirma Jaguaribe (2007, p. 215-216), “fazer sexo com a boneca *Real Doll* significa optar pelo objeto encantado e, para tanto, a boneca deve ser bela, erótica, perfeita. O vazio do seu ‘não-ser’ convida a um preenchimento pleno de clichês publicitários”. Crítica em relação a esses homens a princípio, a artista foi aos poucos desenvolvendo uma afinidade com os maridos de *Real Dolls*, homens que participam da comunidade de bonecas e que consideram as mesmas como companheiras para a vida. De acordo com Getsy (2013, p. 466), “enquanto seu impulso

¹⁰² <<http://amberhawkswanson.com/artwork/2940916.html>>. Acessado em agosto de 2016.

¹⁰³ <<https://www.youtube.com/watch?v=KQBB6yYtU1s>>. Acessado em agosto de 2016.

¹⁰⁴ O nome é também um trocadilho com a frase clássica da promessa realizada nos casamentos religiosos dos falantes da língua inglesa, no qual nos noivos prometem-se “to have and to hold, from this day forward, for better, for worse, for richer, for poorer, in sickness and in health, until death do us part”.

¹⁰⁵ <<http://amberhawkswanson.com/artwork/2940916.html>>. Acessado em agosto de 2016.

inicial foi ser totalmente crítica à produção e uso das *RealDolls*, ela foi descobrindo aos poucos uma simpatia em relação à história desses homens com dificuldade em se relacionar com mulheres, seus sentimentos de inadequação e com sua ânsia por companhia”.

Seu trabalho é sobre o desejo, o erótico, mas também sobre lugar da mulher como objeto sexual na sociedade e expressa o lugar que essas bonecas hiperreais estão assumindo na contemporaneidade. “As *Real Dolls*, acoplam o desejo e o anseio do estético à plena passividade da boneca silenciosa” (JAGUARIBE, 2008, p. 236-237). A artista se coloca no lugar de exibição e dupla exposição de desejo, uma vez que seu próprio corpo também aparece nu em diversas fotografias juntamente com o corpo nu da boneca, ao mesmo tempo em que se coloca no lugar do abuso “masculino”.

Hawk Swanson vivencia vicariamente o abuso da própria imagem no corpo de seu clone enquanto observa e registra o ato. Algo que ela de alguma forma repele e deseja. Essa faceta do trabalho da artista mostra um tipo de violência que pessoas em situação de poder causam a outras pessoas em situações de vulnerabilidade. A artista mostra também uma das faces ocultas da violência sexual ligada a um desejo de poder e posse, estabelecida sub-repticiamente no dia a dia.

Ao deixar a boneca Amber em lugares públicos para ser tocada e despida, a *performer* submete sua autoimagem a um público que abusa dela também, muitas vezes sem perceber a ligação entre uma e outra. Mais do que isso, o estranhamento e a angústia de ver seu duplo sendo tocado, apalpado, exposto e violado não aconteceu apenas com estranhos, mas também com colegas e amigos na primeira vez que a boneca esteve em público no seu casamento em Las Vegas. A boneca resiste passivamente a todos os tipos de provocações e manipulações. O incômodo, evidentemente, não está nela, mas no expectador que assiste ao ato. Swanson, assim como o ser sintético, também se mantém impassível para a realização do projeto e é, ela mesma, a mais voraz espectadora da objetificação que está se impondo através da arte. Como propõe Getsy em seu ensaio, “mais abrangentemente, o trabalho de Hawk Swanson dramatiza a persistente narrativa cultural que trata mulheres e seus corpos como um objeto de desejo e consumo” (GETSY, 2013, p. 482).

Depois de cinco anos com a boneca Amber, a artista resolveu transformá-la em uma baleia orca como forma de protestar o aprisionamento da baleia Tilikum que esteve envolvida na morte de três (3) pessoas no *SeaWorld* de Orlando. A performance durou dez (10) dias, dos quais cinquenta (50) horas foram transmitidas ao vivo pela internet. Em 2013, exatamente dois anos depois, ela realizou outra performance na qual transformou, durante seis (6) dias, duas *Real Dolls* doadas por maridos da comunidade de bonecas, criando “Lolita”, a mais

velha baleia mantida em cativeiro no mundo que divide o mesmo nome com a famigerada ninfeta objeto de desejo fetichista do protagonista do livro homônimo escrito por Nabokov em 1955.

O ato foi transmitido ao vivo durante setenta (70) horas para uma audiência de quarenta e sete mil (47.000) pessoas online¹⁰⁶ e contou com a participação de Davecat, um dos maridos de uma das bonecas e grande entusiasta do relacionamento entre pessoas e seres sintéticos. Davecat é conhecido dentro e fora da comunidade de *iDollators* ou tecnosexuais por ter participado, entre outros, do reality show *My Strange Addiction* e do documentário de 2007 da BBC, dirigido por Nick Holt, intitulado *Guys and Dolls*.

Nesse documentário, Davecat mostrou como era perdidamente apaixonado pela sua boneca sexual ao ponto de realizar constantes massagens no corpo dela e dizer que não conseguia se afastar dela com facilidade. Para ele, sua boneca Sidore Kuroneko representava uma estabilidade que humanos não conseguiam reproduzir. Ele via nos olhos carinhos e desejantes da boneca a diferença entre “sentir-se sozinho e estar sozinho”. Para Jaguaribe (2008, p. 238),

As Real Dolls são a encarnação acessível de miragens de mulheres idealizadas que reluzem nas telas, nos *outdoors* e nas passarelas de moda. Para as mulheres orgânicas de carne e osso, assemelhar-se a esses ideais de beleza significa uma incessante automodelação ou uma frustração constante. Para os homens que interagem com as Real Dolls, o sexo torna-se um assunto auto-espelhado e a passividade da boneca, sua incapacidade de inaugurar carícias, de responder ao beijo, de falar ou pensar são compensados pelo ato mecânico da penetração masculina. Esse é o mundo de homens solitários e seus tristes objetos encantados.

É exatamente o corpo antigo e desgastado de sua paixão “Shi-chan” que ele entrega à Amber Hawk para que ela crie a estátua “Lolita”. Contudo, se deve sentir pena dele por ter se desvencilhado de seu grande amor em nome de uma causa nobre. O “ganhão” ficou badalado após sua aparição na mídia e encontrou uma amante, a boneca “russa” Elena Vostrikova, em 2012. Em 2016, sua coleção de mulheres aumentou e ele adquiriu mais uma boneca, a canadense Miss Winters, que vive junto às outras duas em seu apartamento (Fig. 96).

Davecat é capaz de contar histórias precisas sobre a vida pregressa de suas bonecas, bem como suas preferências e gostos. Além disso, mantêm contas no *twitter* para as três (além

¹⁰⁶ Dados do site de Amber Hawk Swanson: <<http://amberhawkswanson.com/artwork/3494378.html>>. Acessado em agosto de 2016.



Figura 96: Davecat e suas Real Dolls, 2016.

Assim como Suzanne Heintz e Davecat, Amber Hawk também tem uma série separada na qual registra fotografias cotidianas dela com a boneca Amber na intimidade do lar (Fig. 97), mas que retrata algo bem diferente das imagens cotidianas de Heintz. Swanson está lidando com as questões físicas e afetivas das relações em casal, o espelhamento do desejo sexual no outro e do duplo que a boneca



Figura 97: “To Hold”, Amber Hawk Swanson, 2007.

encarna. Elas brincam com o imaginário imagético da afetividade conjugal. Essa fotografia de Amber, por exemplo, faz referência à foto tirada por Annie Leibovitz para capa da Revista Rolling Stone, de janeiro de 1981, que mostra Jonh Lennon nu abraçando Yoko Ono (Fig. 98). Esse efeito de realidade de seu trabalho tenta equacionar duas das três características observadas por Beatriz Jaguaribe nas “bonecas desejadas”, isto é, “a possibilidade técnica da invenção de representações artificiais hiper-realistas que suplantam o humano” e “a boneca como deslocamento do desejo erótico e como fonte de projeções imaginárias que reduplicam a mulher ideal”

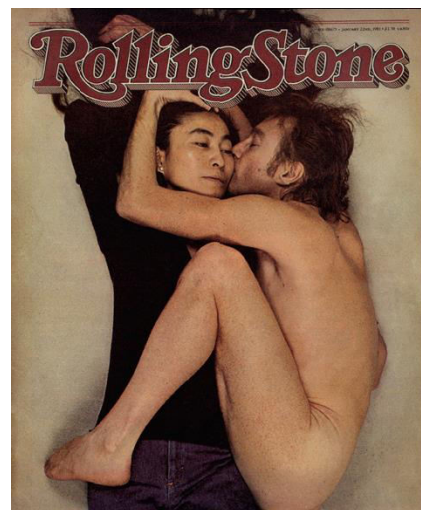


Figura 98: Capa da Revista Rolling Stone, Annie Leibovitz, 1981.

¹⁰⁷ O twitter de Sidore é <<https://twitter.com/leahtype>>; o de Elena é <<https://twitter.com/ElenaVostrikova>>; e, o de Miss Winter é <<https://twitter.com/snowblind1980>>. Já o site de Davecat é <<http://www.kuroneko-chan.com/echoes/>>. Acessados em agosto de 2016.

da pessoal), um site “da família” e um *Tumblr* em nome de Sidore, sua primeira esposa¹⁰⁷. Se no documentário de Nick Holt, o inglês Everard foi mostrado tirando fotografias de suas bonecas hiperreais, com intuito de criar seu próprio álbum de família, Davecat mantém um catálogo online no *Tumblr* de “Shi-chan” e de várias *Real Dolls* que foram enviadas a ele através do *twitter*.

(JAGUARIBE, 2007, p. 193).

Como argumenta a teórica, o fetiche da boneca localiza-se atualmente numa encruzilhada entre a mimese da imagem humana, o desejo pela experiência encantatória, o estranhamento do insólito e a reificação das mercadorias pela sedução do consumo, pois “na nossa imagem espelhada, vemos nossos olhos nos vendo, na projeção da boneca imagética, criamos um mediador. Quanto mais tecnicada e realista a boneca, mais o desejo mimético gratifica-se gerando um mundo em imagens” (JAGUARIBE, 2007, p. 202).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de Suzanne Heintz chamou a atenção da mídia por razão do estranhamento que o casamento entre uma mulher e um manequim (ainda) causa à sociedade. Ela foi incompreendida por vários veículos de comunicação e chamada de “louca” e “maluca” por muitos espectadores que não apreenderam a mensagem crítica presente em sua obra. A despeito disso, como demonstro ao longo desse trabalho, ela lançou mão, precisamente, desse choque para questionar o papel da mulher na sociedade e as expectativas que perpassam a ideia de que a mulher *tem que* ter uma família para ser feliz. Um dos casos que ela conta, por exemplo, é o de um vizinho grego que por vê-la sempre sozinha, ofereceu-se para ter um filho com ela para fazê-la feliz¹⁰⁸.

Pode ser, contudo, que esse estranhamento causado pela relação entre humanos e “bonecas” tenha seus dias contados por causa da aceleração da ligação entre seres orgânicos e inorgânicos, graças aos avanços da inteligência artificial. Recentemente, a história de Zheng Jiajia, virou notícia: um engenheiro chinês de 31 anos que se casou com um robô feminino por ele desenvolvido. De acordo com o jornal “The Guardian”¹⁰⁹, ele também estava cansado da insistência constante de sua família e da pressão para se casar. Por isso, inventou a robô chamada Yingying, que consegue ler alguns caracteres e imagens em chinês, além de falar poucas palavras quando está ligada a um computador. Algumas pessoas acreditam que o casamento foi um golpe publicitário por parte do rapaz para divulgar sua criação. O engenheiro, por enquanto, ainda tem de carregar a robô que pesa trinta (30) quilos e não consegue se mover sozinha, mas pretende fazer atualizações em sua amada esposa para que ela ande sozinha e faça os serviços domésticos.

Muito mais avançada que Yingying é Erica, uma androide japonesa que consegue desenvolver uma conversa elaborada sobre diversos assuntos que vão desde seu interesse audiovisual até lugares que gostaria de conhecer. Terceira na linha de humanoide avançados, Erica foi desenvolvida através de uma colaboração entre as universidades de Osaka e Kyoto com o Instituto Internacional de Pesquisa Avançada em Telecomunicações. O grupo foi liderado por Hiroshi Ishiguro, professor da Universidade de Osaka que ficou conhecido por criar o androide Germinoid HI-1 à sua imagem e semelhança. Além de ter o cabelo

¹⁰⁸ Maiores detalhes da história em: <<http://suzanneheintz.com/tried-being-a-bride/>>. Acessado em agosto de 2016.

¹⁰⁹ <<https://www.theguardian.com/world/2017/apr/04/chinese-man-marries-robot-built-himself>>. Acessado em maio de 2017.

(verdadeiro) de Ishigo, o androide que é capaz de imitar as expressões faciais de seu criador e repetir aquilo que ele fala com a entonação apropriada. Já Germinoid F, a androide feminina que veio antes de Erica, destaque-se por ser a primeira atriz robô do mundo, tendo atuado no filme “Sayonara”, de 2015.

Ishuguro insiste que Erica é a mais bonita e inteligente androide do mundo. Ele conta que a desenhou a partir da parte comum encontrada na fusão imagética de 30 mulheres bonitas e que, dessa forma, ela deve ser considerada bonita por quem quer que a veja¹¹⁰. Deixando de lado a extensa discussão filosófica sobre o que é beleza, é notório que Erica provoca em seres humanos a sensação de estranhamento que ficou conhecida como “vale da estranheza”, termo cunhado pelo robótico japonês Masahiro Mori que explica a sensação de forte repulsa que os robôs causam às pessoas por *quase* parecerem com seres humanos, isto é, por não conseguirem acertar de modo preciso as nuances faciais ou o modo de agir destes¹¹¹.

Não obstante a esse estranhamento causado pela interação entre humanos e robôs, existe uma questão ética que o relacionamento continuado entre os dois entes já parece trazer. A robô emocional Pepper, que já está sendo vendida como assistente para o lar no Japão, inclui, por exemplo, uma cláusula no acordo do usuário que o proíbe de usá-la para “fins sexuais e outros comportamentos indecentes”¹¹². Seus criadores fizeram isso a despeito de Pepper não dividir com Erica ou com as *Real Dolls* características hiper-realistas, uma vez que Pepper parece mais uma robô criança saída de um desenho animado com seus cento e vinte (120) centímetros e seu corpo branco feito de resina ABS, policarbonato e fibra de vidro, do que com uma mulher de fato.

Entretanto, talvez seja mesmo importante pensar com antecedência uma conduta ética a se estabelecer frente a esses seres inanimados que estão cada vez mais próximos da vida humana. Qual o limite que se deve traçar ao lidar com a relação entre humanos sintéticos e orgânicos? Um caso interessante que parece ter sido inspirado no livro “As Hortências”, de Felisberto Hernández¹¹³ e tomou conta dos jornais nos primeiros meses de 2017 diz respeito à

¹¹⁰ <<https://www.theguardian.com/technology/2015/dec/31/erica-the-most-beautiful-and-intelligent-android-ever-leads-japans-robot-revolution>>. Acessado em maio de 2017.

¹¹¹ A teoria visa analisar a relação entre afetividade e estranheza que seres humanos sentem ao estar em contato com alguma forma de vida mecânica ou autômata. Ela propõe que em uma curva crescente de afinidade na resposta emocional de uma pessoa em relação à similaridade de um objeto com aparência humana haveria um vale de estranheza, onde a resposta seria a repulsa e a negação logo antes dos 100% de afinidade.

¹¹² Idem.

¹¹³ No conto, Horácio trai sua esposa Maria Hortências com a manequim sexualizada Hortências. Depois faz um acordo comercial com o inventor da boneca, Facundo, para comercialização das ‘Hortências’ como um objeto fundamental para a vida do homem que tem dificuldade para se relacionar com mulheres. Como afirma Beatriz Jaguaribe (2008, p. 236), “Por meio de uma narrativa imaginativa que embaça a fantasia e a

abertura do primeiro bordel de bonecas sexuais, *Lumi Dolls*, no dia 24 de fevereiro de 2017, em Barcelona. Em seu cardápio inicial, a empresa responsável por organizar os encontros ofereceu aos seus clientes quatro possibilidades de companheiras: Leiza, uma boneca africana de cento e sessenta e oito (168) centímetros; Lily, uma beldade asiática de cento e sessenta e cinco (165) centímetros; a europeia Katy de cento e setenta (170) centímetros e seios avantajados; e, finalmente, Aki, uma boneca de cento e sessenta e cinco (165) centímetros, que imita uma personagem de desenhos animados japoneses. A empresa garante que higieniza as bonecas antes depois das relações sexuais, por isso, o encontro é somente arranjado através de contato telefônico ou via *website*.

Após menos de um mês, as bonecas tiveram de mudar seu local de “trabalho” por não terem licença correspondente para a função de acompanhantes sexuais e, conseqüentemente, passaram a ter de alugar o espaço para realizar a função através de uma empresa espanhola especializada em prostituição, chamada *Apricots*. Assim, desde 30 de março de 2017, as bonecas dividem o catálogo do site com mulheres reais que fazem programas pagos. O site da empresa¹¹⁴ afirma que não há competição entre as suas antigas funcionárias e elas, pois as mesmas compreendem que o público alvo de ambas é bem diferente. O preço dessa fantasia sexual custa entre cem (100) e duzentos (200) euros (o que na cotação atual sairia por uma pequena bagatela entre trezentos e quarente e seis (346) e seiscentos (692) reais) e o cliente escolhe o traje que a boneca irá vestir, assim como a posição em que ela deverá esperá-lo no quarto.

É fácil perceber porque Beatriz Jaguaribe (2008) atenta para a passividade da boneca como forma de criar projeções compensatórias de um amor fantasioso que supre a dificuldade que esses homens podem ter com as mulheres reais. Todavia, no caso da experiência sexual proposta por esse bordel, estilhaça-se o desejo reificado pela boneca hiper-real como o *locus* de uma sensação de conforto e acolhimento que a experiência encantatória da uma união amorosa estável com a boneca oferece e reforça-se o puro desejo sexual. Que tipos de fantasias estabelecem os usuários dos serviços de Katy, por exemplo, quando sabem que são apenas mais um na vida da boneca? Será que conseguem acreditar quando a boneca lhes diz que o amor entre eles é único?

realidade, o delírio e o cotidiano, Hernández questionou e explicitou o fetiche da boneca sexuada. Um fetiche que revela a transferência simbólica de emoções, paixões e desejos para objetos inanimados. Ao mesmo tempo, o voyeurismo desse desejo assinala novas fabricações de subjetividade num mundo crescentemente mesmerizado pela imagem”.

¹¹⁴ <<https://www.apricots.es/behind-the-obscene/all-about-lumidolls-the-sex-dolls>>. Acessado em maio de 2017.

Uma estimativa do Instituto de Pesquisa Nomura¹¹⁵ afirma que 49% da força de trabalho do Japão podem vir a ser substituída pela robótica e inteligência artificial em 2030, enquanto que no Reino Unido e nos Estados Unidos a estimativa é respectivamente 35% e 47% de substituição. Portanto, nada impede que robôs sexuais representem o futuro do relacionamento sexual pago. Mercadologicamente, parece fazer sentido ter uma funcionária sintética para relações sexuais. Não apenas elas podem realizar qualquer número de programas que seus donos desejarem quanto podem ter suas peças facilmente trocadas, caso apresentem algum desgaste físico. As bonecas também não sentem dor e podem conseguir suportar alguns tipos de violência sexual que as mulheres de carne e osso geralmente rejeitam.

eticamente, contudo, a resposta para a questão parece ser outra, precisamente em virtude da relação abusiva que pode ser estabelecida entre esses seres. A Dr. Kathleen Richardson, pesquisadora sênior em ética robótica da Universidade De Montfort, afirma que seres humanos não deveriam estender aos robôs inequidades de relacionamento que aplicam entre si, uma vez que isso pode reforçar experiências humanas perturbadoras. Uma das crenças dos integrantes da campanha contra robôs sexuais é de que os que foram inventados até o momento objetificam sexualmente mulheres e crianças ainda mais. Ela afirma em seu site que

Nós não estamos propondo estender direitos a robôs. Nós não vemos robôs como entidades conscientes. Propomos ao invés disso que robôs são um produto da consciência e criatividade humana e relacionamentos de poder humanos estão sendo refletidos na produção, design e usos propostos para esses robôs. Como resultado, nós nos opomos a qualquer esforço para desenvolver robôs que irão contribuir para a desigualdade de gênero na sociedade¹¹⁶.

Para Richardson, o comércio sexual não tem a ver com sexo, mas sim com abuso e negócio. Compra e venda de corpos humanos nada mais é do que uma forma de escravidão, já que humanos são tratados como um instrumento para uma função e não como um ser senciente e livre. Por isso, sexo entre humanos deve ser consensual e recíproco. Correlativamente, para a pesquisadora, as relações com bonecas mecanizadas são prejudiciais à sociedade por transformar o sexo em algo instrumental e não mais em uma troca¹¹⁷. Se por um lado, o que ela diz parece ser óbvio, já que esse tipo de relação realmente parece fomentar

¹¹⁵ <https://www.nri.com/jp/news/2015/151202_1.aspx>. Acessado em maio de 2017.

¹¹⁶ Tradução minha. Disponível em <<https://campaignagainstsexrobots.org/ethics-of-robots/>>. Acessado em maio de 2017.

¹¹⁷ <<https://futureofsex.net/robots/sexbot-perspectives-mechanical-dolls-will-harm-society-promote-rape/>>. Acessado em maio de 2017.

ainda mais a cultura do estupro, por outro, deixa de considerara relação de cuidado que os donos das bonecas sexuais parecem vivenciar com elas.

A experiência encantatória que as bonecas despertam nos seus donos, bem como a possibilidade inventiva que a falta de interioridade própria desses objetos proporciona aos mesmos, estabelece um jogo projetivo de empatia e identificação com a figura da mulher sintética que não tem fácil explicação. As razões pelas quais esses homens adotam a boneca sexual como substituto para relações interpessoais com humanos podem ser as mais diversas possíveis. Existe uma comunidade *online* estabelecida há anos, na qual adoradores de bonecas se reúnem para compartilhar informações sobre as qualidades técnicas de suas amadas e onde até mesmo as “próprias” bonecas têm a possibilidade de conversar entre si. Davecat, o *idollator* que discuto no capítulo anterior, afirmou no documentário *Guys and Dolls*, por exemplo, que a dificuldade em estabelecer relações com mulheres verdadeiras o fez procurar o conforto de Shi-Chan.

Já TJ, por exemplo, contou em depoimento para o site “Future of Sex”, especializado em discutir o futuro da sexualidade e das relações sexuais humanas, que o que o levou a procurar um relacionamento com sua primeira boneca foi a dificuldade sexual que sua verdadeira esposa passou a ter após adquirir uma doença grave. Dessa forma, ele comprou um “torso” que chamou de Yuki e com o qual desde o começo já estabeleceu uma relação afetiva. No entanto, isso não lhe pareceu suficiente, afinal não se pode vestir um torso ou sentar-se com ele ao sofá para ver televisão. Por isso, ele se viu obrigado a comprar Tasha. “Tasha falou comigo, me disse seu nome, sua personalidade, e continua a fazer isso nesses últimos 14 meses. Tasha é uma garota de Jersey até o fim. Ela é uma garota amável e leal, mas sabe com clareza que é minha namorada/concubina – não minha esposa substituta”¹¹⁸.

Aparentemente, não há preocupação com fidelidade em relacionamento com uma boneca. Talvez porque a despeito do que dizem publicamente, os maridos das bonecas hiper-realistas são mais um tipo de colecionador do que companheiros para as suas amadas. Tanto o *apaixonado* Davecat quanto TJ não puderam sustentar o relacionamento afetivo apenas com sua boneca original: “Marina veio a mim não muito depois de Tasha. (...) Isso foi bem diferente. Marina é de verdade minha alma gêmea substituta. Eu adoro-a e sinto muita falta dela quando ela não pode estar em meus braços por um longo período”¹¹⁹. Por isso, TJ afirma que quando sua esposa morrer, ele não irá mais procurar relacionamento com humanas,

¹¹⁸ Tradução minha. Extraído de <<https://futureofsex.net/robots/idollator-culture-inside-minds-men-love-dolls/>>. Acessado em abril de 2017.

¹¹⁹ *Ibidem*.

permanecendo com sua esposa substituta, a boneca Marina, até que seja possível fazer o upgrade dela para um robô sexualizado.

Pode-se dizer, por exemplo, que as trocas entre seres orgânicos e inorgânicos também influenciam a maneira como os seres humanos representam certa estetização da vida contemporânea, que acaba servindo como um espelho de automodelação corporal. Um exemplo disso é o aumento no número de procedimentos que artificializam o corpo humano, seja com o botox que previne as rugas, ou com as cirurgias plásticas e implantes de silicone que remodelam os corpos. A cada dia se pode ler na mídia uma notícia sobre um novo boneco *Ken* ou uma boneca *Barbie* da vida real que passou por grandes cirurgias para se aproximar da aparência desses objetos de plástico.

Alguns passam por intervenções realmente perigosas, como Justin Jedlica, de 36 anos, um *Ken* humano que passou por mais de cento e noventa (190) cirurgias, incluindo uma que retirou três veias de sua testa perto do olho, o que poderia tê-lo deixado cego, além de ter “cinco rinoplastias e aplicações de silicone nos ombros, nas costas, nas bochechas, nos bíceps e nas nádegas”¹²⁰ em seu rol cirúrgico. Justin afirmou há pouco tempo que deseja implantar asas nas costas, um procedimento que o fará ter “um único grande implante por baixo dos meus músculos e dois menores anexados a esta base. Quero o efeito de que tenho asas nas minhas costas”¹²¹.

Em 2015, Jedlica encontrou outro meio de chamar a atenção da mídia. Ele começou um relacionamento de mútuo apoio com a também aficionada por cirurgias plásticas Pixee Fox, uma modelo sueca que tem como projeto de vida se tornar um desenho animado vivo. Fox documenta em seu site pessoal sua transformação online desde 2009¹²². Ela também passou por várias cirurgias, como plástica no nariz, procedimentos nas pálpebras, um repuxo na testa, preenchimentos labiais, enchimentos na bochecha, cirurgias na mama e nas nádegas, maquiagem permanente, coloração artificial dos olhos e, em sua cirurgia mais drástica, remoção de seis costelas para ficar coma cintura fina da personagem Jéssica Rabbit. Por isso, atualmente Pixee Fox tem de usar espartilho para conseguir sustentar e proteger seu corpo depois dessa drástica operação¹²³.

Ao contrário de seu colecionador e de outros humanos, a boneca desafia a morte. Ela

¹²⁰ <<https://estilo.catracalivre.com.br/comportamento/ken-humano-quer-implantar-asas/>>. Acessado em junho de 2016.

¹²¹ Ibidem.

¹²² <<https://www.thepixeefox.com/>>. Acessado em março de 2017.

¹²³ <<http://areademulher.r7.com/curiosidades/pixee-fox-ela-tirou-6-costelas-para-parecer-desenho-animado/>> Acessado em março de 2017.

não é afetada pelos estragos do tempo da mesma forma que os seres vivos e pode muito bem ser substituída em parte (ou totalmente) sem que a ilusão investida em sua figura seja perdida. Ao olhar para a boneca, o que se vê é um tipo de sombra da mortalidade humana, pois enquanto seu usuário envelhece e seu corpo se modifica, a boneca pode permanecer a mesma sem alterações. A ironia da boneca é exatamente essa: ela tem de ser ao mesmo tempo atemporal e realista para que seja possível inscrever nela qualquer factóide. É, dessa forma, um objeto ambíguo eternamente preso na transição entre o real e o imaginário. Por isso que as bonecas e os manequins são por excelência a epítome do “*unheimlich*”. Como Freud (1985 apud ROYLE, 2013, p. 13) afirma, “o efeito de estranhamento é geralmente e facilmente produzido quando a distinção entre a imaginação e a realidade é obliterada”.

Comparando as imagens iniciais do projeto de Heintz à sua última fotografia no Natal de 2016, é possível perceber que ela envelheceu ao longo dos anos enquanto os seus manequins mantiveram a mesma aparência¹²⁴. Essa é também outra crítica que o projeto fotográfico coloca em pauta, mesmo que sub-repticiamente, uma vez que a despeito da clara passagem do tempo, Heintz continua construindo a si mesma naquele mesmo personagem de dezessete (17) anos atrás, mantendo-se o mais próxima possível daquela imagem do passado em suas fotos. Assim, não é mais apenas com a geração anterior que ela está dialogando: é também com a própria lembrança pessoal. A artista não tem mais os trinta anos que tinha no começo do projeto e, mesmo assim, é nesse lugar que ela se coloca todas as vezes que prepara seu *mise en scène* fotográfico.

Esse pode ter sido um tipo de epifania acidental do projeto de Suzanne Heintz que apareceu com a continuidade do projeto por tantos anos e que ajudou a construir outra instância de questionamento em sua arte fabulatória. É certo que os corpos dos manequins conseguem receber qualquer tipo de projeção identitária, graças à estranheza e empatia que tanto provocam por parecerem seres humanos, mas também o corpo de Heintz é atingido pelas exigências imagéticas da sociedade contemporânea. Ela dialoga com outro tipo de pressão social que direciona as pessoas, principalmente mulheres com mais de trinta (30) anos, a buscar desenfreadamente enxugar as marcas do tempo de sua pele, seja através de plásticas ou maquiagem.

É claro que essa demanda não é exatamente nova. Como exposto no capítulo 4, a obra de Hannah Höch já colocava em pauta os imperativos da indústria de cosméticos e da estética.

¹²⁴ Os manequins não são exatamente sempre os mesmos, uma vez que ela tem mais de um par de manequins para o seu trabalho e até mesmo chegou a encomendar um novo ‘Chauncey’ para substituir o que foi abandonado nas ruas de Paris, conforme discuto no capítulo 3.

No entanto, com o fluxo maciço de trocas imagéticas da sociedade contemporânea e a busca pela perfeição imagética do “eu” nas redes sociais, não apenas o grupo social supracitado como também a grande maioria das pessoas tem se sentido impelida a apagar e consertar pequenos defeitos da pele com o uso de programas de edição de imagem. Essa prática já está tão ratificada socialmente que os *smartphones* mais modernos já têm embutido em sua configuração padrão uma correção automática para a pele de seus usuários, propiciando esse padrão imagético “fundamental” aos mesmos, com a retirada instantânea de qualquer irregularidade na pele antes mesmo da foto ser tirada, aproximando-os destarte da imagem “perfeita” da boneca.

Em suma, Heintz acaba expondo com sua obra tanto a maneira como a sociedade conforma uma projeção social no indivíduo - em seu caso, tornar-se esposa e mãe -, quanto as projeções pessoais que indivíduos tentam criar para os outros, como a família imagetivamente perfeita e feliz. A obra questiona, ainda, a projeção que os próprios indivíduos estabelecem consigo mesmos ao tentar burlar a constante passagem do tempo. Portanto, seu trabalho também se relaciona à maneira como a memória pessoal está se constituindo na sociedade contemporânea e como isso tem, cada vez mais, mudado a relação entre indivíduos e experiência. Como dito, o caráter autorreferencial do trabalho de Suzanne Heintz se estabelece através de uma sátira social que utiliza a sua memória pessoal familiar como mote para questionar ironicamente a condição feminina atual e a prevalência de um imaginário social em que a felicidade individual precisa ser constantemente afirmada e exposta aos outros.

Nas palavras da artista, “sou eu que imito a vida em imagens com uma família falsificada? Ou nós todos somos duplicadores nesse ato de fraude quando vivemos nossas vidas recriando cenas modeladas que não são plenamente nossas?”¹²⁵. Como afirma Paula Sibilia (2016. p. 42) sobre o que está em jogo com a constante exibição pessoal que se intensificou com as redes sociais é “seduzir, agradar, provocar, ostentar, demonstrar aos outros – ou a alguém em particular – quanto se é belo e feliz mesmo que todos estejam a par de uma obviedade: o que se mostra nessas vitrines costuma ser uma versão ‘otimizada’ das próprias vidas”.

Se, por um lado, nessa performance de si, o usuário expressa o desejo narcísico de autorreferência cada vez mais presente na sociedade contemporânea, por outro, a

¹²⁵ Tradução minha. Extraído de <<https://imitatinglifefilm.com/filmmakers/the-spinster/>>. Acessado em julho de 2016

intermediação feita pela mídia social estabelece agenciamentos para os indivíduos, que acabam engendrando códigos de comportamento pré-configurados para a encenação pública de suas vidas. Assim, a vivência pessoal parece estar se tornando cada vez intermediada por aquilo que foi percebido por Edgar Morin (2002, p. 90) como característica da cultura de massa, isto é, “um gigantesco impulso do imaginário em direção ao real [que] tende a propor mitos de auto-realização, heróis modelos, uma ideologia e receitas práticas para a vida privada”.

Será principalmente nesses *snapshots* da felicidade que se proliferam exponencialmente na sociedade contemporânea o que se configura como uma das questões frementes da obra de Heintz. Se por um lado Baudrillard observa que no século XIX, “pela primeira vez, provas observáveis tornaram-se necessárias para demonstrar que a felicidade e a igualdade tinham sido, de fato, alcançadas. A felicidade tinha de ser “*mensurável* em termos de objetos e signos” (BAUDRILLARD, 1970; CRARY, 2012, p. 20), é inegável que o discurso sobre a felicidade e sua relação com o consumo e com o bem-estar ganhou, nos últimos anos, uma posição de destaque cada vez maior na publicidade e na mídia (FREIRE, 2010). Pode-se dizer que existem duas vertentes principais traçando propostas para a felicidade pessoal a partir de formas pré-definidas para alcançá-la, sendo elas - a psicologia positiva e a cultura do *management*.

Estudiosos da psicologia positiva, uma vertente da psicologia que estuda a felicidade, afirmam que existem estratégias, ou seja, atividades intencionais que podem ser usadas para obter-se uma vida mais feliz, já que a felicidade seria uma habilidade que pode ser conquistada com algum tempo e esforço. Richard Layard, economista britânico e escritor do livro “Felicidade: Lições de uma Nova Ciência” afirma, por exemplo, que “dinheiro não é a história toda; não é remotamente a história toda. É importante que tenhamos um balanço melhor entre renda, relações humanas e saúde física e mental”¹²⁶. Os princípios que pautam a felicidade proposta pela psicologia positiva ainda tentam colocar o indivíduo no âmbito social - mesmo que a preocupação com o bem-estar social se estabeleça através de uma busca contínua da satisfação pessoal.

Já a cultura do *management*, vertente que advém do imaginário da valorização do empreendedorismo e do culto da performance, coloca uma atitude comercial em relação à própria existência que passa a girar em torno de uma luta constante pelo sucesso. É

¹²⁶ Tradução minha. Extraído de: <<http://www.independent.co.uk/news/people/profiles/richard-layard-money-is-not-the-only-thing-affecting-people-shappiness-9603424.html>>. Acessado em maio de 2016.

importante destacar que se a busca pela felicidade equivale à busca pelo sucesso na cultura do *management*, é provável que os indivíduos que seguem esses preceitos passem a estar expostos a dois tipos de problemas: o primeiro é de modificarem profundamente a sua relação com os outros, pensando neles como simples objetos; o segundo é tornarem-se incapazes de construir os seus próprios recursos pessoais para lidar com a realidade, já que são guiados por padrões preestabelecidos a partir do uso constante de livros, revistas e seminários, que apresentam soluções simples para problemas do tipo “como fazer amigos e influenciar pessoas” ou “como atingir o sucesso em sete passos” (WOOD JR. & PAES DE PAULA, 2010).

Nessa promoção permanente de um “eu” ideal que toma a frente na sociedade contemporânea, a autonomia e a performance individuais em direção a esse objetivo se apresentam como valores a serem galgados, uma vez que, como afirma Ferraz (2015, p. 17) “na lógica do empreendedorismo que pauta valores e crenças no capitalismo triunfante, uma nova ênfase recai sobre o termo 'voluntário': todos devem desejar servir, estar *motivados*, ativos em todos os processos". Logo, é possível perceber que a visão crítica proposta por Heintz dialoga com essas duas vertentes de forma a refutá-las através de sua sátira humorística. Em uma entrevista¹²⁷, a artista afirma que o sorriso de comercial de pasta de dente, marca mais contundente da ironia de suas fotografias, representa “a expressão máxima de falsa felicidade, inchada como o peito de um pássaro quanto está tentando impressionar os outros com o quão grande ele é”¹²⁸. A artista continua dizendo que

Quando nós projetamos uma imagem para outras pessoas, digamos, por exemplo, no Facebook, nós estamos comercializando como queremos que nossas vidas apareçam. [...] quando eu produzo um sorriso como esse, eu estou satirizando a preocupação que temos com a imagem formatada de uma vida bem-vivida. Por que é que quando a câmera está presente automaticamente temos que abrir um sorriso?¹²⁹

Ela coloca em discussão também como desde pequenos aprendemos que devemos sorrir para a câmera e fingir uma felicidade que na verdade não está lá. “Nós lentamente começamos a separar como parecemos do que como nos sentimos. Com o avanço da tecnologia, e a crescente facilidade para tirar e compartilhar imagens, nós começamos cada vez mais cedo a estar ciente de como a felicidade deveria parecer ao invés de como a

¹²⁷ <<http://twentytwowords.com/woman-renews-vows-with-mannequin-husband-after-14-years-to-make-a-point-exclusive-pics-interview/>>. Acessado em junho de 2016.

¹²⁸ Tradução minha da entrevista do site supracitado.

¹²⁹ Ibidem.

sentimos”¹³⁰. Como afirma Sibilia (2016, p. 80), “em vez de reconhecer na ficção da tela – ou da folha impressa – reflexo da nossa vida real, cada vez mais avaliamos a própria vida ‘segundo o grau em que ela satisfaz as expectativas narrativas criadas pelo cinema’”.

No entanto, como todos os *vloggers*, *instagramers* e subcelebridades da internet, Suzanne Heintz também acabou sendo envolvida pela própria fantasia que construiu ao simular o real. Ao criar essa paródia do real, ela mesma acabou afirmando, sem se dar conta, a vida que renega, uma vez que além de vivenciar todos os momentos que criou em suas fotos artísticas performáticas, ela acaba tendo que manter a personagem da “Suzanne Heintz” em sua vida pessoal. Sua página do *Facebook*, por exemplo, é principalmente dedicada ao seu projeto e ela mantém “as aparências” durante a interação social por esse meio. Não existe também praticamente nenhuma foto dela em família ou com seu atual companheiro em suas redes sócias além daquelas tiradas durante a performance de seu casamento com Chauncey.

Ao viver e parodiar parte de sua vida, Heintz acaba tendo que assumir constantemente a persona da “artista” e, dessa maneira, seu álbum artístico de retratos performatizado torna-se também um lugar em que estão guardadas memórias afetivas pessoais. Ela *esteve* presente nas viagens à Paris, Londres e Nova York que fez com sua família falsa e, por isso, sua obra artística funciona como um eco afetivo das projeções pessoais que criou em seus retratos encenados. Assim, ela também acabou sendo cooptada pelo tipo de interação promovida pelas relações em rede que objetivam ficcionalizar a vida.

Maria Cristina Ferraz (2015, p. 47) afirma que “o que percebemos é, antes de mais nada, memória, lembranças, o passado que vem de encontro do estranho diante de nós, facilitando a ação no mundo e provendo um solo assegurador para a vida cotidiana”. A paródia imagética de Heintz reside na linha tênue entre ficção e realidade e busca solapar a razão pela qual construímos socialmente sempre as mesmas imagens e retratos - seja em frente ao Big Ben ou a Torre Eiffel, por exemplo, como ela fez. Contudo, não se pergunta por que é que necessitamos interagir com o que já existe, isto é, o que é que impulsiona os humanos a realizar e valorizar os mesmos tipos de experiências sociais.

A resposta talvez resida na perda da experiência na sociedade, conforme propôs o teórico Walter Benjamin. Se a memória serve de base para construir o que pode ser considerado familiar – conforme discuto no capítulo 4 com “o estranho” -, ela é também o suporte para o que é passado de geração para geração, seja costurado nas relações entre a experiência pessoal e social do indivíduo no mundo. Benjamin (1994, p. 114) afirma que “ela

¹³⁰ Ibidem.

[a experiência] sempre fora comunicada aos jovens. De forma concisa, com a autoridade da velhice, em provérbios; de forma prolixa, com a sua loquacidade, em histórias; muitas vezes como narrativas de países longínquos, diante da lareira, contadas a pais e netos”.

Entretanto, com a aceleração da vida moderna, tem havido uma perda “das possibilidades de refletir sobre o mundo, bem como um inevitável distanciamento com relação às próprias vivências e uma impossibilidade de transformá-las em experiência” (SIBILIA, 2016, p. 68). Como afirma Jaguaribe (2007, p. 40), “a procura pelo passado, a memória e o real não seria um mero exercício de nostalgia, mas uma busca por significações fora do niilismo apocalíptico, do conformismo consumista ou da desilusão poética”. Isso significa que, provavelmente, todas as instâncias de fabulação que mostrei até o momento sejam uma reação a essa perda primitiva da experiência, uma vez que esta passou a ter seus limites pré-estabelecidos. Se, aos poucos, a fantasia e o maravilhoso têm escapado da caixa de ferro racionalista da modernidade em direção à realidade, criando um conjunto de imagens que se fundem na conjunção dialética entre passado e presente, realidade e imaginação, por um lado o uso “simulado da experiência” tem transformado a realidade num espetáculo cada vez mais ficcionalizado, e por outro, como afirma Benjamin (1994, p. 118), “não se deve imaginar que os homens aspirem a novas experiências. Não, eles aspiram a libertar-se de toda experiência” como uma forma de reencantar o mundo.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **Profanações**. São Paulo: Boitempo, 2007.

ALLMER, Patricia. Feminist Interventions: Revising the Canon. In: HOPKINS, David (ed). **A Companion to Dada and Surrealism**. Hoboken: John Wiley & Sons Inc., p. 366 - 382, 2016.

AVANCINI, Atílio. A imagem fotográfica do cotidiano: significado e informação no jornalismo. In: **Brazilian Journalism Research**, v.7, n. 1, p. 50-68, 2011. Disponível em <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/285>>. Acessado em 07 de junho de 2016.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 4ª ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.

_____. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo sexo: a experiência vivida**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BELLOUR, Raymond. Concerning 'the photographic'. In: BECKMAN, Karen ; MA, Jean (Eds.). **StillMoving: between cinema and photography**. London: Duke University Press, 2008.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura** (Obras escolhidas; v.1.). 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERGSON, Henri. **Matéria e Memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. 4ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

BERNSTEIN, Ana. A performance solo e o sujeito autobiográfico. In: **Sala preta**. v. 1, p. 91-103, 2001. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/salapreta/article/view/57010>>. Acessado em 15 de junho 2016.

BOORSTIN, Daniel J. Television. In: **Life**, p. 35-39, September, 10, 1971.

BROWN, Dan & HAYES, Tammy. Family Attitudes Toward Television. In: BRYANT, Jennings & BRYANT, J. Alison. **Television and the American Family**. 2 ed., London: Taylor & Francis e-Library, p. 111-135, 2009.

BRUNNER, Elizabeth A. Impotence, Nostalgia, and Objectification: Patriarchal Visual Rhetoric to Contain Women. In: **Visual Culture & Gender**. v. 8, p. 31-45, 2013.

CAYTON, MARY K. The Postwar Period Through the 1950s. In: CAYTON Mary K. (ed.) et al. **Encyclopedia of American Social History**. Charles Scribner's Sons, U.S. History in Context, 1993. Disponível em <link.galegroup.com/apps/doc/BT2313026907/UHIC?u=oldt1017&xid=6851f7a0>. Acessado em 15 de junho de 2016.

CAMPBELL, Neil & KEAN, Alasdair. **American Cultural Studies: an introduction to**

American culture. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2005.

CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos Visuais: Corpos Eróticos e MetrÓpole Comunicacional.** (Coleção Azul da Comunicação e Cultura). São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

CRAWFORD, Stephanie. **A Re (Re) (Re)—Telling of the Narrative of Womanhouse, or in the beginning there was a woman with a hammer.** New Jersey: Rutgers University, february 16, 2016. Disponível em <<http://www.womanhouse.net/related-content/>>. Acessado em 15 de março de 2017.

COELHO, Jonas G. **Consciência e matéria: o dualismo de BÉrgson** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. Disponível em <<http://static.scielo.org/scielobooks/5zms8/pdf/coelho-9788579831089.pdf>>. Acessado em 16 de abril de 2017.

COONTZ, Stephanie **The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia Trap.** New York: Basic Books, 2000.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** Projeto Periferia, 2003.

DEEPWELL, Katy. Feminist Readings of Louise Bourgeois or Why Louise Bourgeois is a Feminist Icon. In: **n. paradoxa online.** Issue3, p. 28-38, maio de 2007. Disponível em <<http://www.wktpress.co.uk/pdf/nparadoxaissue3.pdf>>. Acessado em 10 de abril 2017.

DELEUZE, Gilles. **Conversações, 1972-1990.** São Paulo: Ed. 34, 1ªed. 7ª. Reimpressão, 2008.

_____. **Lógica do Sentido.** São Paulo, Perspectiva, Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante do Tempo: história da arte e anacronismo das imagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2015.

DOY, GEN. **Claude Cahun: A Sensual Politics of Photography.** New York: I.B.Tauris & Co, 2007.

ELGER, Dietmar. **Dadaism.** Cologne: Taschen, 2004.

ERULI, Brunella. O ator desencarnado: marionete e vanguarda. In: MORETTI, Gilmar A.; BELTRAME, Valmor Níni (ed.). **Móin-móin: revista de estudos sobre teatro de formas animadas.** Jaraguá do Sul: SCAR, UDESC, ano 4, v. 5, 2008.

FERRAZ, MARIA CRISTINA F. **Ruminações: cultura letrada e dispersão hiperconectada.** Rio de Janeiro: Garamond. 2015.

FLÜSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta.** São Paulo: Hucitec, 1985.

FRAYZE-PEREIRA, João A. **Seis autores em busca da personagem Louise Bourgeois: uma introdução**. Revista de Psicanálise da SPPA, v. 22, n. 3, p. 625-627, dezembro 2015. Disponível em: <<http://132.248.9.34/hevila/RevistadepsicanalisedasociedadepsicanaliticadePortoAlegre/2015/vol22/no3/8.pdf>>. Acessado em 24 de março de 2017.

FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

FRIEDAN, Betty. **Mística Feminina**. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 1971.

FULLER-SEELY, Kathryn H. Learning to Live with Television: Technology, Gender, and America's Early TV Audiences. In: EDGERTON, Gary R. (org.). **The Columbia history of American television**. New York: Columbia University Press, p. 91 – 110, 2007.

GETSY, David J. Queer exercises: Amber Hawk Swanson's Performances of Self-Realization. In: **GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies**. Duke university press, volume 19, número 4, p. 465-485, 2013.

GUMBRECHT, Hans U. **Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2010.

GUNNING, Tom. O retrato do corpo humano: a fotografia, os detetives e os primórdios do cinema. In: CHARNEY, Leo & SCHWARTZ, Vanessa R. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, p. 33-65, 2004.

HARPER, Paula. The First Feminist Art Program: a view from the 1980's. In: **Signs – Journal of Women in Culture and Society**. v. 10, n. 4, p. 762-781, 1985.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 23ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

HÖCH, Hannah. **The painter**. 1920. Disponível em: <http://mariabuszek.com/mariabuszek/kcai/DadaSurrealism/DadaSurrReadings/HochPntr.pdf>. Acessado em maio de 2017.

HOPKINS, David. Re-enchantment: Surrealist Discourses of Childhood, Hermeticism, and the Outmoded. In: HOPKINS, David (ed). **A Companion to Dada and Surrealism**. Hoboken: John Wiley & Sons Inc., p. 270 – 286, 2016.

HUTCHEON, Linda. **Uma Teoria da Paródia: ensinamentos das formas de arte do século XX**. Lisboa: Edições 70, 1985.

_____. **The Politics of Postmodernism**. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2004.

HUYSSSEN, Andreas. **Miniature metropolis: literature in an age of photography and film**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2015.

JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real: estética, mídia e cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

_____. Crônicas da boneca desejada: fantasias da vida virtual. In: ANTOUN, Henrique (org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

JAPPE, Anselm. **Guy Debord**. Lisboa: Antígona, 2008

JONES, Gerard. **Honey, I'm Home! Sitcoms: Selling the American Dream**. New York: St. Martin's, 1992.

KESSLER-HARRIS, Alice. **Out to Work: a history of wage-earning women in the United States**. 20th anniversary edition. New York: Oxford University Press, 2003.

KITTI, Carriker. **Created in Our Image: the miniature body of the doll as subject and object**. Bethlehem: Lehigh University Press, 1998.

LAMB, Vanessa M. **The 1950's and the 1960's and the American Woman: the transition from the "housewife" to the feminist**. History. 2011. <dumas-00680821>

LATIMER, Tirza T. Equivocal Gender: Dada/ Surrealism and Sexual Politics between the Wars. In: HOPKINS, David (ed). **A Companion to Dada and Surrealism**. Hoboken: John Wiley & Sons Inc., p. 352- 365, 2016.

LEWITT, Sol. **Paragraphs on Conceptual Art**. Artforum. [S.I], june 1967. Disponível em <<http://www.paulj.myzen.co.uk/blog/teaching/voices/files/2008/07/Lewitt-Paragraphs-on-Conceptual-Art1.pdf>>. Acessado em março de 2017.

LINDER, Laura R. From Ozzie to Ozzy: The Reassuring Nonevolution of the Sitcom Family. In: DALTON, Mary M. & LINDER, Laura R. **The sitcom reader: America viewed and skewed**. New York: University of New York Press, p. 61-71, 2005.

LLOYD-SMITH, Allan G. **Uncanny American Fiction: Medusa's face**. New York, NY: Palgrave Macmillan, 1989.

MARIEN, Mary W. **Photography: A Cultural History**. New York: Harry N. Abrams, 2002.

MEYER-THOSS, Christiane; BOURGEOIS, Louise. Designing for Free Fall. **Louise Bourgeois: Designing for**, 1992. Disponível em <http://ink-press.ch/wp-content/uploads/2015/06/Louise-Bourgeois_Designing-for-Free-Fall_Extract_en.pdf>. Acessado em abril de 2017.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX: neurose** (O espírito do tempo; v.1.). 9^a ed. 2^a reimpressão, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

MULVEY, Laura. **Visual and Other Pleasures**. New York: Palgrave, 1989.

MUNIR, Kamal A. & PHILLIPS, Nelson. The Birth of the 'Kodak Moment': Institutional Entrepreneurship and the Adoption of New Technologies. In: **Organization Studies**, v. 26, n.

11, p 1665-1687, November 2005. Disponível em <<http://oss.sagepub.com/content/26/11/1665>>. Acessado em 07 de junho de 2016.

MUNIR, Kamal A. **The rise and fall of Kodak's moment**. University of Cambridge, 2012. Disponível em <<http://www.cam.ac.uk/research/news/the-rise-and-fall-of-kodaks-moment>>. Acessado em 14 de junho de 2016.

NIETZSCHE, Friedrich. **Genealogia da moral: um escrito polêmico**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

OWENS, Craig. The Discourse of Others: Feminists and Postmodernism. In: FOSTER, Hal (ed.). **The anti-aesthetic: essays on postmodern culture**. Washington: Bay Press, p. 57 – 82, 1983.

SACCONI, Luiz Antonio. **Minidicionário Sacconi da língua portuguesa**. São Paulo: Atual, 1996.

SANBYE, Mette. It has not been-it is. The signaletic transformation of photography. In: **Journal of Aesthetics & Culture**, [S.I], jun, 2012. Disponível em <<http://www.aestheticsandculture.net/index.php/jac/article/view/18159>>. Acessado em 10 de julho de 2016.

SIBILIA, Paula. Em busca da aura perdida: espetacularizar a intimidade para *ser* alguém. In: ANTOUN, Henrique (org.). **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

_____. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. 2^a.ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SOLOMON-GODEAU, Abigail. The equivocal “I”: Claude Cahun as lesbian subject. In: RICE, Shelley (org.). **Inverted Odysseys: Claude Cahun, Maya Deren, Cindy Sherman**; Massachusetts: MIT, p. 111-126, 1999.

RICE, Shelley. Inverted Odysseys. In: RICE, Shelley (org.). **Inverted Odysseys: Claude Cahun, Maya Deren, Cindy Sherman**; Massachusetts: MIT, p. 3-26, 1999.

ROBERTSON, A. F. **Life like dolls: the collector doll phenomenon and the lives of the women who love them**. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2005.

ROCHA, Ethel M. Animais, homens e sensações segundo Descartes. **Kriterion**, Belo Horizonte, v. 45, n. 110, p. 350-364, Dec. 2004. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-512X2004000200008&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 10 fevereiro de 2017.

ROYLE, Nicholas. **The Uncanny**. New York: Routledge, 2003.

WEST, Nancy M. **Kodak and the Lens of Nostalgia**. Charlottesville and London: University Press of Virginia, 2000.

WOOD JR., Thomaz & PAES DE PAULA, Ana P. O culto da performance e o indivíduo

S.A. In: BENDASSOLLI, Pedro F. (org.). **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida, SP: Idéias & Letras, p. 197 – 207, 2010.

ANEXOS

ANEXO 01: GRÁFICO DE PESQUISA DE SUZANNE HEINTZ NO GOOGLE TRENDS

