

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUISA FILHO” (UNESP)  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN (FAAC)  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

HELOISA DE OLIVEIRA MOUTINHO

**MÚLTIPLAS FRIDAS: REAURATIZAÇÃO E EXPERIÊNCIA  
ESTÉTICA NA ERA DA REPRODUTIBILIDADE  
TÉCNICA MEDIATIZADA**

Bauru

2021

HELOISA DE OLIVEIRA MOUTINHO

**MÚTIPLAS FRIDAS: REAURATIZAÇÃO E EXPERIÊNCIA  
ESTÉTICA NA ERA DA REPRODUTIBILIDADE  
TÉCNICA MIDIATIZADA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru (SP), como requisito para obtenção do título de mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Laan Mendes de Barros.

Bauru

2021

M934m Moutinho, Heloisa de Oliveira  
Múltiplas Fridas: : reauratização e experiência estética na era da reprodutibilidade técnica midiaticizada / Heloisa de Oliveira Moutinho.  
-- Bauru, 2021  
204 p. : il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru  
Orientador: Laan Mendes de Barros

1. experiência estética. 2. Frida Kahlo. 3. reprodutibilidade. 4. consumo. 5. mediações. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE HELOISA DE OLIVEIRA MOUTINHO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.**

Aos 25 dias do mês de novembro do ano de 2021, às 14:00 horas, no(a) via sistemas de videoconferência e outras ferramentas para comunicação a distância, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de HELOISA DE OLIVEIRA MOUTINHO, intitulada *Múltiplas Fritas: reauratização e experiência estética na era da reprodutibilidade técnica midiática*. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Doutor LAAN MENDES DE BARROS (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professora Doutora REGILENE APARECIDA SARZI RIBEIRO (Participação Virtual) do(a) Departamento de Artes e Representação Gráfica da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Professora Doutora ROSAMARIA LUIZA DE MELO ROCHA (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo / Escola Superior de Propaganda e Marketing. Após a exposição pela mestrande e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Professor Doutor LAAN MENDES DE BARROS

HELOISA DE OLIVEIRA MOUTINHO

**MÚLTIPLAS FRIDAS: REAURATIZAÇÃO E EXPERIÊNCIA  
ESTÉTICA NA ERA DA REPRODUTIBILIDADE  
TÉCNICA MEDIATIZADA**

**Área de concentração:** Comunicação

**Linha de pesquisa:** Produção de Sentido na Comunicação Midiática

**BANCA EXAMINADORA:**

**Prof. Dr. Laan Mendes de Barros (presidenta e orientadora)**

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” (UNESP)

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro**

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” (UNESP)

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Rosamaria Luiza de Melo Rocha**

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)

Bauru, 25 de novembro de 2021

## AGRADECIMENTOS

O desejo de me tornar *unespiana* se realizou com a conquista da vaga no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM). Embora não possa dizer que a área acadêmica fosse desde sempre meu objetivo final, posso afirmar que ocupa hoje o pódio das minhas idealizações.

Quando fui selecionada em dois programas me dividi em duas, metade de mim se apegou ao passado e a outra se apegou ao que poderia chegar a acontecer. Assim, dividida, escolhi pela Unesp e não olhei para trás, embora ainda sinta a atmosfera dos dias chuvosos da Universidade Estadual de Londrina (UEL) em dias nostálgicos. Agradeço pelos professores da UEL que foram minha banca no trabalho de conclusão de curso de Graduação, Dr. Alberto Klein que também foi meu orientador, Dr. Manoel Dourado Bastos e Dr. Rodolfo Rorato Londero pelo incentivo em aprofundar minha pesquisa.

A nostalgia da Unesp é muito diferente, não sinto falta dos dias quentes, mas sim das pessoas com as quais eu mantinha contato antes da pandemia da COVID-19 nos colocar cada um atrás de uma tela. Meu agradecimento fraterno a todos aqueles que dividiram comigo conversas de corredor, além de muito conhecimento, meus colegas de turma, a equipe de professores e da secretaria do PPGCOM. Ao meu orientador, Prof. Dr. Laan Mendes de Barros, muita gratidão pelas partilhas, pela generosidade, apoio e olhar atento ao visível e invisível.

Foi no programa que conheci um grande exemplo de pessoa. Caroline Cafeo, você é incrível e me ensina muito sobre como ser uma boa amiga, tão prestativa e atenciosa. Sem você eu provavelmente ficaria louca nesses quase três anos. Muito obrigada por me ouvir, me acalmar e me consolar, você foi uma luz para mim nos últimos anos e merece tudo de melhor no mundo.

Às minhas amigas de Unesp e Universidade Virtual do Estado de São Paulo (Univesp), Ana Carolina Ribeiro, Monielly Barbosa e Monique Fogliatto, meu muito obrigada pela escuta atenta e por compartilhar experiências tão ricas, mas igualmente difíceis. Principalmente à Ana (Carol) e a Moni por também dividirem comigo um trabalho de conclusão de curso na especialização em Processos Didático-Pedagógico para Cursos na Modalidade a Distância e me ensinarem muito durante o processo.

Agradeço às professoras Dr.<sup>a</sup> Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro e Dr.<sup>a</sup> Rosamaria Luiza de Melo Rocha pela gentileza de participarem das bancas e generosamente compartilharem conhecimento em prol do aprimoramento do meu trabalho.

Meu agradecimento especial à minha família, aos meus pais Cláudia e Salvador, por me proporcionarem o privilégio de cursar uma graduação e uma pós-graduação, por todo apoio e incentivo, por não medirem esforços e me ajudarem em tudo o que foi possível. Ao meu irmão Pedro por partilhar a vida comigo me influenciando em muitos aspectos e por todas as conversas. À minha tia Maria por me indicar o filme Frida (2003) e, também, pelo incentivo. Ao meu companheiro Wesley por todo amor, compreensão, paciência e pelas leituras do meu trabalho. Este trabalho também é de vocês.

Expresso o meu agradecimento às instituições das quais fui bolsista. À Univesp, que além de oferecer auxílio financeiro, também possibilitou experiências dentro de uma universidade virtual incluindo a função de facilitadora de aprendizagem, corretora de provas e orientadora de trabalhos finais, além da especialização já mencionada acima. E à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

Por fim, não só agradeço como também dedico este trabalho à minha tia Silvia e à minha avó Lurdes (*in memoriam*), vítimas da COVID-19. Sem elas eu não seria nem metade do que sou hoje. Sou grata pelas pessoas que me apresentaram, pelos momentos que me propiciaram, pelo apoio incondicional, pelos conselhos e ensinamentos, pelo amor e todo afeto concentrado que foi depositado em mim e em meu irmão.

A revolução é a harmonia da forma e da cor  
e tudo se encontra e se move sob a mesma lei  
= a vida =

Ninguém está a parte de ninguém.

Ninguém luta por si mesmo.

Tudo é todos e é um

A angústia e a dor, o prazer e a morte

nada mais são

do que um processo

para existir

a luta revolucionária

nesse processo

é uma porta

aberta para inteligência.

*Frida Kahlo (O diário de Frida Kahlo, p. 95)*

MOUTINHO, Heloisa de Oliveira. **Múltiplas Fridas: reauratização e experiência estética na era da reprodutibilidade técnica midiaticizada**. 2021. Folhas. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Universidade Estadual Paulista, sob orientação do Prof. Dr. Laan Mendes de Barros, Bauru, 2021.

## RESUMO

O problema prenunciado por Benjamin em 1936 no ensaio *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica* não diz respeito apenas aos avanços tecnológicos, mas também de alterações no âmbito da percepção estética decorrentes desses avanços. Com o excesso de reprodução os valores em torno de um objeto estético são alterados e as formas de se relacionar com os mesmos também o são. Com esse contexto, a proposta desta pesquisa é discutir sobre as experiências estéticas em torno das reproduções da imagem de Frida Kahlo na atualidade a partir de articulações entre comunicação e experiência estética. A pesquisa segue alguns eixos principais: a reprodutibilidade da imagem, o receptor/produtor, incluindo discussões sobre midiaticização e mediações, e o consumo como ato político. Para a busca do objetivo duas etapas de análises interpretativas foram feitas em torno das camisetas da coleção *Frida Kahlo* produzidas e comercializadas pela loja *Chico Rei*: a primeira voltada as ilustrações presentes na camiseta, com base nas teorias de Bourriaud (2009a,b) sobre a estética relacional indicando características da pós-produção, buscando identificar referências, hibridações e outras formas de promoção da estética relacional. Para a segunda etapa, uma entrevista foi feita com alguns consumidores das camisetas da coleção de forma a reconhecer mediações culturais da comunicação seguindo os chaveamentos de Guillermo Orozco Gómez (2005) com base na teoria das mediações de Martín-Barbero (1997). Ao fim da pesquisa foi percebido nas duas análises que a produção de sentidos relacionada as camisetas de Frida Kahlo possuem muitas camadas que ligam o consumo a questões identitárias, assim como expressam novas formas de construção da aura, através dessa produção de sentidos que ocorre tanto na construção de uma ilustração, quanto em sua leitura, como também nos usos e apropriações das camisetas.

**Palavras-chave:** experiência estética; Frida Kahlo; reprodutibilidade; consumo; mediações; ambiente midiaticizado.

MOUTINHO, Heloisa de Oliveira. **Múltiplas Fridas: reauratização e experiência estética na era da reprodutibilidade técnica midiaticizada**. 2021. Folhas. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Universidade Estadual Paulista, sob orientação do Prof. Dr. Laan Mendes de Barros, Bauru, 2021.

## **ABSTRACT**

The problem foretold by Benjamin in 1936 in the essay *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility* not only related to technological advances, but also to changes in the scope of aesthetic perception resulting from these advances. With the excess of reproduction, the values surrounding an aesthetic object are altered and so are the ways of relating to them are also altered. With this context, the purpose of this research is to discuss the aesthetic experiences around the reproductions of Frida Kahlo's image today, based on articulations between communication and aesthetic experience. The research follows some main axes: the reproducibility of the image, the receiver/producer, including discussions about mediatization and mediations, and consumption as a political act. To achieve the goal two stages of interpretive analysis were carried out around the Frida Kahlo's collection t-shirts produced and marketed by the *Chico Rei* store: the first focused on the illustrations on the t-shirt, based on the theories of Bourriaud (2009a,b) about the relational aesthetics indicating characteristics of post-production, seeking to identify references, hybridizations and other forms of promotion of relational aesthetics. For the second stage, an interview was conducted with some consumers of the collection's shirts in order to recognize cultural mediations of communication following the keyings of Guillermo Orozco Gómez (2005) based on the theory of mediations of Martín-Barbero (1997). At the end of the research, it was perceived in both analyzes that the production of meanings related to Frida Kahlo's t-shirts have many layers that link consumption to identity issues, as well as expressing new forms of construction of the aura, through this production of meanings that occurs both in the construction of an illustration, as well as in its reading, as well as in the uses and appropriations of t-shirts.

**Keywords:** aesthetic experiences; Frida Kahlo; reproducibility; consumption; mediations; mediatized environment.

# SUMÁRIO

|  |            |
|--|------------|
| <b>INTRODUÇÃO .....</b>  | <b>14</b>  |
| <b>1 FRIDA KAHLO: HISTÓRIA, ARTE, PASSADO E PRESENTE.....</b>          | <b>23</b>  |
| 1.1 NASCE UMA REVOLUÇÃO .....  | 24         |
| 1.2 DOIS ACIDENTES, MUITAS CICATRIZES .....                            | 25         |
| 1.2.1 <i>O segundo acidente, Diego Rivera</i> .....                    | 26         |
| 1.3 ENTRE DEUSES E SANTOS .....  | 29         |
| 1.4 A ARTE E AS OBRAS .....  | 33         |
| 1.5 FRIDA KAHLO É FEMINISTA (?).....                                   | 37         |
| 1.6 ANOS DEPOIS: FRIDA KAHLO ESTÁ EM TODOS OS LUGARES .....            | 40         |
| <b>2 A REPRODUTIBILIDADE DA IMAGEM DE FRIDA KAHLO.....</b>             | <b>49</b>  |
| 2.1 A REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA.....                                   | 50         |
| 2.2 VALOR DE CULTO, VALOR DE EXPOSIÇÃO E AURA .....                    | 51         |
| 2.3 REAURATIZAÇÃO .....  | 54         |
| 2.4 A REAURATIZAÇÃO EM FRIDA KAHLO .....                               | 57         |
| 2.4.1 <i>A reprodutibilidade e o feminismo</i> .....                   | 61         |
| 2.4.2 <i>A Política como elo</i> .....                                 | 65         |
| 2.4.3 <i>Casos de apagamento</i> .....                                 | 68         |
| <b>3 EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NA COMUNICAÇÃO MUDIATIZADA .....</b>         | <b>75</b>  |
| 3.1 DO RECEPTOR MUDIÁTICO À FRUIÇÃO ESTÉTICA .....                     | 77         |
| 3.2 MUDIATIZAÇÃO.....  | 80         |
| 3.2.1 <i>Circuitos e circulação</i> .....                              | 82         |
| 3.3 MUDIÇÕES .....   | 85         |
| 3.4 VESTIR-SE DE QUEM SE É.....  | 91         |
| 3.5 CONSUMIR PARA SE EXPRESSAR .....                                   | 94         |
| <b>4 A REAURATIZAÇÃO EM PRÁTICA.....</b>                               | <b>102</b> |
| 4.1 A CHICO REI .....  | 103        |
| 4.2 METODOLOGIA.....   | 104        |
| 4.3 OS MOVIMENTOS DE PÓS-PRODUÇÃO, OU A INTERPRETAÇÃO DAS IMAGENS..... | 105        |
| 4.3.1 <i>Maravilhoso</i> .....   | 105        |
| 4.3.1.1 <i>Camiseta La Artista</i> .....                               | 106        |
| 4.3.1.2 <i>Camiseta El Sol</i> .....                                   | 108        |
| 4.3.1.3 <i>Camiseta Realidad</i> .....                                 | 110        |

|   |            |
|---|------------|
| 4.3.1.4 Camiseta <i>Costillas</i> .....                           | 112        |
| 4.3.1.5 Camiseta <i>Frida Kahlo</i> .....                         | 114        |
| 4.3.1.6 Camiseta <i>Frida Calavera</i> .....                      | 116        |
| 4.3.1.7 Camiseta <i>Mi própria Musa</i> .....                     | 117        |
| 4.3.1.8 Camiseta <i>Flores Pintadas</i> .....                     | 118        |
| 4.3.1.9 Camiseta <i>Kahlo</i> .....                               | 122        |
| 4.3.2 <i>Empoderamento</i> .....                                  | 126        |
| 4.3.2.1 Camiseta <i>Árbol</i> .....                               | 126        |
| 4.3.2.2 Camiseta <i>No Te Demores</i> .....                       | 130        |
| 4.3.2.3 Camiseta <i>Miragem</i> .....                             | 132        |
| 4.3.2.4 Camiseta <i>Síj, Se Puede!</i> .....                      | 135        |
| 4.3.2.5 Camiseta <i>Todo Vuela</i> .....                          | 136        |
| 4.3.2.6 Camiseta <i>El Venado Herido</i> .....                    | 139        |
| 4.3.2.7 Camiseta <i>Alas</i> .....                                | 142        |
| 4.3.2.8 Camiseta <i>Echame Tierra</i> .....                       | 145        |
| 4.3.2.9 Camiseta <i>Hecho por Frida</i> .....                     | 148        |
| 4.3.3 <i>Fauna e Flora</i> .....                                  | 150        |
| 4.3.3.1 Camiseta <i>Jardins de Frida</i> .....                    | 151        |
| 4.3.3.2 Camiseta <i>Colibri</i> .....                             | 155        |
| 4.3.4 <i>Hibridação</i> .....                                     | 158        |
| 4.3.4.1 Camiseta <i>Instafrida</i> .....                          | 159        |
| 4.3.4.2 Camiseta <i>La Frida</i> .....                            | 160        |
| 4.3.4.3 Camiseta <i>Viva La Vida</i> .....                        | 162        |
| 4.4 ILUSTRANDO UM PROCESSO.....                                   | 165        |
| <b>5 MAPEANDO ALGUMAS MEDIAÇÕES.....</b>                          | <b>168</b> |
| 5.1 DE QUAIS MEDIAÇÕES ESTAMOS FALANDO.....                       | 170        |
| 5.2 COM QUEM ESTAMOS FALANDO.....                                 | 172        |
| 5.3 NA BUSCA DA IDENTIFICAÇÃO COM A PINTORA.....                  | 175        |
| 5.4. A IDEIA DE VESTIR A CAMISA.....                              | 178        |
| 5.5 SOBRE OS MOTIVOS DA IDENTIFICAÇÃO COM O PRODUTO COMPRADO..... | 182        |
| 5.6 SOBRE O DESEJO DE REFORÇAR UMA IDENTIFICAÇÃO.....             | 184        |
| 5.7 NOS APROXIMANDO DO FIM.....                                   | 186        |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                  | <b>189</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>194</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>APÊNDICES .....</b>                                      | <b>197</b> |
| <b>APÊNDICE A – FORMULÁRIO DA PRIMEIRA ENTREVISTA .....</b> | <b>197</b> |
| <b>APÊNDICE B – PERGUNTAS DA PRIMEIRA ENTREVISTA .....</b>  | <b>198</b> |
| <b>APÊNDICE C – RESPOSTAS DA PRIMEIRA ENTREVISTA .....</b>  | <b>199</b> |

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |     |
|---|-----|
| Ilustração 1 - <i>Frida e Diego Rivera (1931) e Diego e Frida (1929-1944)</i> ..... | 27  |
| Ilustração 2 – <i>O Arsenal (1928) e Sonho de uma tarde</i> .....                   | 28  |
| Ilustração 3 - <i>Autorretrato em vestido de veludo, 1926</i> .....                 | 29  |
| Ilustração 4- <i>Autorretrato, 1940</i> .....                                       | 30  |
| Ilustração 5 - <i>Hospital Henry Ford, 1932</i> .....                               | 30  |
| Ilustração 6 - <i>Árvore da esperança, mantenha-se firme, 1946</i> .....            | 31  |
| Ilustração 7 - <i>Autorretrato como tehuana, 1943</i> .....                         | 32  |
| Ilustração 8 - <i>O marxismo trará saúde aos doentes, 1954</i> .....                | 34  |
| Ilustração 9 - <i>A coluna partida, 1944</i> .....                                  | 35  |
| Ilustração 10 - <i>As duas Fridas, 1939</i> .....                                   | 36  |
| Ilustração 11 - <i>Moises, 1945</i> .....   | 36  |
| Ilustração 12 - <i>Capa da revista Vogue México</i> .....                           | 42  |
| Ilustração 13 - <i>Capa da revista Bravo!</i> .....                                 | 43  |
| Ilustração 14 - <i>Capa da revista Cult</i> .....                                   | 43  |
| Ilustração 15 - <i>Produtos da Arezzo</i> .....                                     | 44  |
| Ilustração 16 - <i>Almofada</i> .....   | 44  |
| Ilustração 17 - <i>Umás facadinhas de nada, 1935</i> .....                          | 58  |
| Ilustração 18 - <i>Hospital Henry Ford, 1932</i> .....                              | 58  |
| Ilustração 19 - <i>Frase no perfil Mulheres históricas</i> .....                    | 62  |
| Ilustração 20 - <i>Frida não me Kahlo</i> .....                                     | 63  |
| Ilustração 21 - <i>Quem mandou matar Mari#ele?</i> .....                            | 63  |
| Ilustração 22 - <i>Mulheres unidas em casa contra o Biroliro</i> .....              | 64  |
| Ilustração 23 - <i>Frida anda de bicicleta</i> .....                                | 69  |
| Ilustração 24 - <i>Bolsa Para que preciso de pés</i> .....                          | 70  |
| Ilustração 25 - <i>Barbie Frida Kahlo</i> .....                                     | 71  |
| Ilustração 26 - <i>Trajes Tehuanos</i> .....  | 92  |
| Ilustração 27 - <i>Manifestação política em São Paulo</i> .....                     | 93  |
| Ilustração 28 - <i>Camiseta La Artista</i> .....                                    | 106 |
| Ilustração 29 - <i>Frida with Magenta Rebozo, New York, 1939</i> .....              | 107 |
| Ilustração 30 - <i>Camiseta El Sol</i> .....  | 108 |
| Ilustração 31 - <i>Ponchos tradicionais dos povos maias</i> .....                   | 109 |
| Ilustração 32 - <i>O Sol e a Vida, 1947</i> .....                                   | 110 |
| Ilustração 33 - <i>Camiseta Realidad</i> .....                                      | 111 |
| Ilustração 34 - <i>Sagrado Coração e O olho que tudo vê</i> .....                   | 112 |
| Ilustração 35 - <i>Camiseta Costillas</i> .....                                     | 113 |
| Ilustração 36 - <i>Camiseta Frida Kahlo</i> .....                                   | 114 |
| Ilustração 37 - <i>La Catrina</i> .....   | 115 |
| Ilustração 38 - <i>As diferentes Catrinas</i> .....                                 | 115 |
| Ilustração 39 - <i>Camiseta Frida Calavera</i> .....                                | 116 |
| Ilustração 40 - <i>Camiseta Mi própria Musa</i> .....                               | 117 |
| Ilustração 41 - <i>Camiseta Flores pintadas</i> .....                               | 119 |
| Ilustração 42 - <i>Retratos de Frida fitando diretamente o espectador</i> .....     | 120 |

|  |     |
|--|-----|
| Ilustração 43 - Sagrado coração de Maria e Jesus .....                             | 120 |
| Ilustração 44 - O uso de faixas nas obras de Kahlo .....                           | 121 |
| Ilustração 45 - Camiseta <i>Frida</i> .....  | 123 |
| Ilustração 46 - Frida Kahlo acamada .....  | 124 |
| Ilustração 47 - <i>Sem Esperança e O sonho</i> .....                               | 124 |
| Ilustração 48 - Camiseta <i>Árbol</i> .....  | 127 |
| Ilustração 49 - <i>Árvore da esperança mantenha-se firme, 1946</i> .....           | 128 |
| Ilustração 50 - Os contornos de Kahlo .....  | 129 |
| Ilustração 51 - Camiseta <i>No Te Demores</i> .....                                | 130 |
| Ilustração 52 - Frases .....   | 131 |
| Ilustração 53 - <i>As duas Fridas, 1939</i> .....                                  | 132 |
| Ilustração 54 - Camiseta <i>Miragem</i> .....                                      | 133 |
| Ilustração 55 - Fotografia de Frida Kahlo .....                                    | 134 |
| Ilustração 56 - Camiseta <i>Síj, Se Puede!</i> .....                               | 135 |
| Ilustração 57 - Sim, nós podemos! .....  | 136 |
| Ilustração 58 - Camiseta <i>Todo Vuela</i> .....                                   | 137 |
| Ilustração 59 - <i>Autorretrato com colar de espinhos e beija-flor, 1940</i> ..... | 138 |
| Ilustração 60 - Camiseta <i>El Venado Herido</i> .....                             | 139 |
| Ilustração 61 - <i>O veado ferido, 1946</i> .....                                  | 140 |
| Ilustração 62 - Releituras de <i>O Veados Ferido</i> .....                         | 141 |
| Ilustração 63 - Frase de Frida Kahlo em caneca.....                                | 141 |
| Ilustração 64 - Imagem com a frase de Frida Kahlo.....                             | 142 |
| Ilustração 65 - Camiseta <i>Alas</i> .....   | 143 |
| Ilustração 66 - <i>Autorretrato com um macaco, 1940</i> .....                      | 144 |
| Ilustração 67 - Camiseta <i>Echame Tierra</i> .....                                | 145 |
| Ilustração 68 - Usos da frase "Échame Tierra y verás como florezco" .....          | 146 |
| Ilustração 69 - Frida com cigarro .....  | 146 |
| Ilustração 70 - Usos para o público infantil.....                                  | 147 |
| Ilustração 71 - Outros usos da imagem infantilizada .....                          | 147 |
| Ilustração 72 - Camiseta <i>Hecho por Frida</i> .....                              | 148 |
| Ilustração 73 - Camisetas com logotipo .....                                       | 149 |
| Ilustração 74 - As folhagens e animais nas obras de Frida Kahlo.....               | 151 |
| Ilustração 75 - Camiseta <i>Jardins de Frida</i> .....                             | 152 |
| Ilustração 76 - <i>Magnólias, 1945 / Flor da vida, 1943</i> .....                  | 153 |
| Ilustração 77 - <i>Natureza morta, 1942</i> .....                                  | 153 |
| Ilustração 78 - Fotografias de Frida Kahlo .....                                   | 154 |
| Ilustração 79 - Camiseta <i>Colibri</i> .....                                      | 155 |
| Ilustração 80 - Destaque para as tiaras de flores .....                            | 156 |
| Ilustração 81 - Detalhe de <i>Frida on White Bench</i> .....                       | 157 |
| Ilustração 82 - Compilado de obras com pássaros.....                               | 157 |
| Ilustração 83 - Camiseta <i>Instafrida</i> .....                                   | 159 |
| Ilustração 84 - Camiseta <i>La Frida</i> .....                                     | 160 |
| Ilustração 85 - <i>Monalisa (La Gioconda), 1503</i> .....                          | 161 |
| Ilustração 86 - Usos da imagem da Monalisa.....                                    | 162 |
| Ilustração 87 - Camiseta <i>Viva La Vida</i> .....                                 | 163 |
| Ilustração 88 - Capa do filme <i>Carmen Miranda: Bananas is my bussines</i> .....  | 164 |
| Ilustração 89 - Formulário .....   | 197 |

## INTRODUÇÃO

A imagem da pintora Frida Kahlo vem sendo reproduzida em diversos suportes e aparatos midiáticos, assumindo as mais diferentes apropriações que vão desde usos que oferecem para o consumo, como parte de um produto, a filmes para o entretenimento e, ainda, imagens utilizadas para reforçar e estabelecer conexões com o público feminino, como manifestação de afirmação política. É possível perceber que alguns grupos utilizam a imagem da pintora como fator de representação, pessoas com deficiências e feministas são exemplos. A reprodutibilidade da imagem da pintora se torna o tema desta pesquisa que busca articular as diferentes experiências estéticas e comunicativas ao redor da imagem da pintora Frida Kahlo, incluindo seu significado na atualidade, as formas de consumo e identificações dos consumidores e espectadores de tais produtos midiáticos.

Outras pesquisas já formularam ideias sobre alguns produtos sobre Frida Kahlo. Cassia Calvo do Nascimento, por exemplo, promoveu em sua dissertação uma leitura de três tipos de produtos sobre a pintora: os autorretratos, o livro biografia *Frida* (2011) da escritora Hayden Herrera e o filme homônimo de Julie Taymor, lançado no Brasil em 2003. Nascimento (2010) explica que nos quadros fica evidente não só a autobiografia da pintora como, também, os conflitos da mulher no século XX. O livro mostra a vida da pintora com base em documentos e depoimentos de conhecidos da pintora e o filme une e adapta as obras de Kahlo e de Herrera para falar sobre a vida da pintora numa linguagem cinematográfica. Nascimento (2010) demonstra que o filme foi uma das principais obras que permitiu a diferentes públicos o contato com a história da pintora.

Onze anos depois da dissertação de Nascimento e 18 anos depois do lançamento do filme no Brasil, Frida Kahlo se tornou um fenômeno ainda maior, sendo objeto de pesquisas acadêmicas relacionadas à arte, comunicação, cultura, psicologia e outras áreas do

conhecimento. A pintora também é objeto de interesse de museus e produtores culturais. Em 2016, a mostra *Frida Kahlo, conexões entre mulheres surrealistas no México* foi a sexta exposição mais visitada no mundo com mais de 900 mil visitantes. A mostra realizada entre dezembro de 2015 e agosto de 2016 no Brasil, foi exposta em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, teve em seu mostruário 30 obras da pintora Frida Kahlo e obras de mais 14 mulheres.

Na dissertação “*Fridamania, a resignificação de Frida Kahlo no acontecimento da primeira megaexposição de suas obras no país*” Janaina Feitoza Alves de Andrade (2019) utilizou alguns materiais jornalísticos e de divulgação da exposição para analisar como a pintora foi retratada pela mídia brasileira. A narrativa feminista foi destaque no material analisado, evidenciando como Frida Kahlo foi pioneira ao tratar da realidade da mulher demonstrando força e coragem. Em alguns materiais o valor mítico de Kahlo era citado. Para Andrade (2019), Frida Kahlo foi resignificada com o auxílio desses materiais, sendo vista como uma mulher forte, empoderada e em um papel de liderança, o que a conectou com o movimento feminista.

A pintora também é a personagem de peças teatrais, como *Frida Kahlo – A deusa tehuana, Frida Kahlo – Calor e Frio, Frida Kahlo, à revolução!*. Além da biografia de Hayden Herrera e do livro *O diário de Frida Kahlo* (2012), há uma grande variedade de livros sobre a pintora, incluindo romances, como *O segredo de Frida Kahlo* (2019), e livros infantis, como *Frida Kahlo e Seus Animalitos* (2020) e *Frida Kahlo: para meninas e meninos* (2015), a maioria buscando tratar de sua vida pessoal e não especificamente de suas obras. Além desses, outros produtos utilizam a imagem de Frida Kahlo sejam os próprios autorretratos como também fotografias e ilustrações. Frida se tornou uma personagem pop.

Hoje a pintora é retratada como uma guerreira, inspirando força e um não-padrão de beleza ressaltando os traços marcantes de seu rosto. Mas muitas vezes a pintora também é identificada com traços infantis ou apenas sobrancelhas grossas e tiara de flores.

Até o momento existem a marca *Frida Kahlo* e um programa de licenciamento que parte da *Frida Kahlo Corporation*. Dentre os países que possuem agências de licenciamento da imagem da pintora estão: Brasil, México, Chile, Estados Unidos, Coreia do Sul e a União Europeia. O uso das imagens também é observado em marcas não licenciadas e principalmente é feito de forma informal, com a reprodução de quadros, fotografias ou outras ilustrações em objetos como camisetas e canecas. Em muitos casos a imagem da pintora e sua obra são relacionadas ao movimento feminista, sendo utilizadas para reivindicar direitos e representando pessoas que se inserem nessas comunidades.

Em *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica* Walter Benjamin (2012) discorre sobre mudanças na reprodução de imagens com o avanço da tecnologia. Para o autor

existem dois valores relacionados às imagens que são antagônicos, o valor de culto e o valor de exposição. Com o avanço da tecnologia e o consequente aumento no número de reproduções de imagens, há uma perda no valor de culto, uma vez que tais imagens são mais expostas. O valor de culto se liga inicialmente às imagens mitológicas e imagens religiosas. Ocorre que tais imagens eram (em alguns casos ainda são) pouco reproduzidas, assim mantendo seu valor de culto e reduzindo o valor de exposição. Outro ponto determinado por Benjamin é a aura das imagens que está intimamente relacionada com seu valor de culto, uma vez que apenas uma imagem pouco reproduzida pode manter sua aura, seu aqui e agora, aquilo que as mantém únicas (BENJAMIN, 2012, p. 14).

Mesmo com a problemática da aura, Benjamin (2012) percebe de forma positiva que as obras passam a ter um alcance maior, sendo assim são mais democráticas. Com a perda do valor ritualístico das obras elas passam a serem produzidas para a reprodução e são cada vez mais reproduzidas, mantendo um alto valor de exposição.

Sobre o futuro da imagem Benjamin (2012) havia previsto que elas assumiriam novos formatos e acusou sobre o possível uso político das imagens. A imagem de Frida Kahlo é utilizada como uma forma de identificação de ideais políticos, implicando ideologias e reivindicação de direitos, muitas vezes gerando incômodos e alertando sobre determinados assuntos. Há diversos fatores de identificação entre Kahlo e as pessoas que se reconhecem e se afirmam em sua imagem: o gênero, a sexualidade, a origem (latino-americana e mexicana), a militância política e a relação com o Partido Comunista, a vida de artista, sua arte e formas de expressão, a deficiência física (mobilidade reduzida) e tantos outros. A identidade além de fornecer um ponto em comum com o objeto é também o ponto de partida para a comunicação através do consumo com a utilização de imagens que nos representam. O rosto de Frida Kahlo é capaz de remeter à personalidade da pintora e sua relação com os universos lembrados acima.

A imagem pode ser utilizada para o consumo como também politicamente. Tratar dos dois usos da imagem não remete que elas tenham função inversa uma à outra, pelo contrário, ambas funções podem se unir, uma vez que o consumo também pode ser consciente e politizado. García Canclini (1999) não vê no espaço do consumo um consumidor manipulado. Para o autor o “consumo é um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (GARCÍA CANCLINI, 1999, p.77). Para que os produtos sejam consumidos é necessária uma justificativa racional, podendo essa justificativa ser características e grupos aos quais os consumidores se relacionam. Desta forma o consumo não é algo aleatório, mas sim muito bem racionalizado.

Além da decisão de compra, há também o envolvimento durante o uso do produto. Os dois movimentos carregam reflexões sobre do consumidor, afinal, ao utilizar algo é necessário definir como e onde utilizar os objetos, conferindo-lhe uma ordem, um propósito, que para García Canclini (1999) serve para atribuir funções na comunicação com os outros. Todo o processo desde a identificação até os usos se trata de uma questão de pensar e repensar identidades, aparências, ordens e interações com o ambiente e com os outros.

Através do consumo, sentidos são estabelecidos e utilizados para unificar grupos e pessoas a partir dos objetos que podem ser vistos como bens simbólicos. Com o tempo esses sentidos passaram a ser globais e não locais, desvinculando-se das etnias, classes ou nação na qual o consumidor se encontra. O que explica o consumo de Frida Kahlo não só no México e na América Latina, mas em outros países. Tais processos de codificação e apropriação foram referenciados de duas maneiras: através do filme hollywoodiano *Frida* (2002), reconhecido pelo público e pela academia sendo premiado em várias categorias e pela *Frida Kahlo Corporation* que tende a delimitar o uso da imagem da pintora e a estabelecer conexões com a criatividade, o universo feminino, as quebras de padrões como é evidente no próprio site da corporação:

“A marca representa um modelo feminino, uma mulher forte que transcende e supera barreiras de cultura, tempo e sociedade com sua personalidade única e icônica e incentiva o mundo a pensar e ser diferente [...] o programa de licenciamento busca expandir seu impacto positivo e inspiração de empoderamento, autoconfiança, paixão e amor” (FRIDA KAHLO CORPORATION<sup>1</sup>).

Já ciente da popularidade da pintora e de suas conexões com a política, torna-se necessário falar sobre a interação das pessoas com a pintora, que ora pode ocorrer por meio de uma exposição, ora pelo acesso ao filme, um livro ou um objeto de consumo. Em uma sociedade midiaticizada as interações sociais são cada vez mais diversas e aceleradas. Elas envolvem processos de ação interacional nas quais a sociedade pode criticar e criar produtos.

Braga (2012, p. 38) explica que para os estudos das mediações alguns conceitos se tornam importantes para as pesquisas, dois deles serão utilizados nesta dissertação: circulação e circuitos. O conceito de circulação se enquadra na relação entre receptores e objetos investigados na pesquisa nos quais estimulados inicialmente pela mídia os espectadores se reconhecem, compartilham sentidos, consomem produtos, partilham comentários e imagens utilizando os produtos. Entre os objetos consumidos e a mediação existe um espectador que se identifica com os produtos e por isso consome, reproduz e comenta sobre o que usa.

---

<sup>1</sup> Frida Kahlo Corporation. Disponível em < <https://fridakahlocorporation.com/>> .Acesso em 12 de fevereiro de 2020.

As próprias reproduções das obras de Frida Kahlo também são produtos comercializados de grande importância, assim como as fotografias da artista e seus autorretratos são muito reproduzidos em ambientes digitais. Os usos desses objetos serão lembrados, mas a questão central da pesquisa se volta mais para a produção de imagens feitas a partir desses outros produtos. Ou seja, uma produção de espectadores que já tiveram contato prévio com objetos midiáticos relacionados à pintora, podendo ser livros, fotografias ou filmes, por exemplo. Dentre a imensidão de possibilidades, a escolha da pesquisa foi a de representar a teoria através de camisetas que estampam frases, a imagem da artista e outras referências de Frida Kahlo.

Nesse contexto, os atores do processo serão vistos como “espectadores emancipados”, capazes de interpretar criticamente tais produtos midiáticos e criar conexões entre esses produtos e seu lugar de apropriação e uso. Rancière (2012, p. 17) descreve o espectador emancipado como aquele que “observa, seleciona, compara, interpreta. Relaciona o que vê com muitas outras coisas que viu em outras cenas, em outros tipos de lugares” e a partir disso cria produtos.

Com esse espectador podemos pensar de forma mais profunda na estética da recepção. Segundo Maria Tereza Cruz (1986) no processo de recepção a obra é recriada e o processo torna-se também uma produção. Assim, os produtos são vistos como objetos estéticos, que só se tornam produtos de fato quando entram em contato com um receptor que acabam por concluir o processo de produção dando novos sentidos as obras. Logo, quando qualquer tipo de texto, imagem e produto são reproduzidos não se pode contar previamente com o entendimento do receptor como algo pré-estabelecido, uma vez que cada um pode interpretá-los de formas diferentes.

O receptor cria novos produtos apropriando-se da mensagem e até mesmo utilizando-a como referência, processo que se torna mais fácil com a evolução da tecnologia. Barros (2012, p. 100) fala ao discutir sobre a comunicação midiática na qual os receptores são desafiados a produzirem novos sentidos:

[é evidente] no contexto da interconexão midiática, sustentada por aparatos e sistemas digitais, que facilitam a apropriação e reelaboração de conteúdos, sua manipulação em operações colaborativas e sua redistribuição em redes de relacionamento. Neste novo cenário de midiática generalizada, híbrido e dinâmico, as possibilidades de circulação de informações que provoquem desdobramentos sociais se aceleram e se intensificam.

Logo, o consumo das imagens, suas produções e reproduções através de postagens e compartilhamentos, ou até mesmo através de impressões, tornam-se um movimento comum

nos dias atuais deixando em evidência o produtor/receptor, que dessa forma pode participar de todos os processos relacionados aos produtos.

Essas discussões serão os pontos de articulação entre experiência estética e comunicação na produção de sentidos relacionados à pintora Frida Kahlo. As teorias de Benjamin sobre reprodutibilidade, aura, os valores de exposição e de culto, permitirão a ideia de uma reauratização com a imagem da pintora. Esse movimento com a aura se explica nos processos de produção de sentido relacionados à comunicação, uma aura reconstruída por meio do espectador e suas relações de identificação com a figura representada no objeto, identificações estas relacionadas ao universo da política e das causas sociais. Para aprofundar essa discussão, textos de Nicolas Bourriaud (2009a,b) sobre a “pós-produção” e a “estética relacional” serão utilizados, auxiliando na compreensão de que com a constante reprodução das obras de arte, a aura se movimentou dos objetos para as relações com esses objetos artísticos, sendo essas relações entre o sujeito e a arte ou entre aqueles que a consomem.

A obra de Frida Kahlo contém aspectos da arte feminista: mostra órgãos reprodutores femininos, as dores da mulher, abortos, amamentação, traições, a imagem feminina retratada por uma mulher, livre de ser sexualizada, com um olhar feminino sob questões vividas por mulheres. Algo muito distante do estilo ensinado nas escolas mexicanas de arte, que em seu modernismo se interessava por temas masculinos como a sexualidade masculina e a experiência masculina na revolução mexicana (MCCAUGHAN, 2003). Hoje, as imagens reproduzidas são as da própria pintora, os autorretratos mais conhecidos, ilustrações e fotografias.

Dentre os inúmeros objetos licenciados ou não, a imagem de Frida Kahlo se mantém relacionada ao movimento feminista e às reivindicações das mulheres. Enquanto sua obra falava de questões do corpo feminino de uma forma que causa desconforto até hoje, retratando um corpo passível de dor, com ossos fraturados, evidenciando o sofrimento, mas também capaz de ser forte e resistente e colocando a mulher, no caso ela mesma, como protagonista de uma história e não mero bibelô. Mesmo que rodeada de paixões, ela se mantinha como personagem principal e não a sombra de uma figura masculina. Frida Kahlo também explorava as questões de suas vestimentas que alternavam entre roupas extremamente femininas às roupas masculinas e a não-busca de um padrão de beleza utilizando o buço e a sobrancelhas a depilar sem perder a feminilidade, todas ações muito valorizadas pelo movimento feminista atualmente.

O projeto pretende analisar, articulando conteúdos sobre experiência estética e comunicação, as interações entre espectadores e objetos mediados, contribuindo para o avanço nos estudos de comunicação relacionados à reprodutibilidade de imagens e seus

desdobramentos culturais principalmente os associados ao consumo, proporcionando uma conexão com os estudos sobre recepção, consumo e reprodutibilidade.

Assim como acontece com a imagem de Frida Kahlo, outras personalidades são retratadas em objetos como personagens da cultura pop. Che Guevara, por exemplo, pode ser exposto em uma camiseta ao lado de outra com a imagem do Darth Vader. No campo artístico, produtos com estampas das obras de Vicent Van Gogh e Tarsila do Amaral também são comuns e aparecem juntamente com referências da cultura pop. De forma geral e amplificada, não se trata de um fenômeno restrito à Frida Kahlo.

Depois de observar muitos objetos de diferentes categorias, desde produtos midiáticos, midiaticizados e objetos de consumo relacionados à pintora, sejam eles biográficos como livros, filmes, peças teatrais, até mesmo canecas. Na escala industrial ou artesanais. Licenciados ou não. Um movimento de afinamento foi feito para definir qual seria o objeto empírico escolhido. Na comunicação alguns produtos foram destacados, principalmente os filmes *Frida* (2002) e *Frida, natureza viva* (1983) que contam a biografia da pintora e revistas como as brasileiras *Bravo*, edição 189 de maio de 2013 e a *Cult* número 210 de março de 2016. Ainda assim, um outro objeto chamou a atenção pelo seu potencial de conexão com os consumidores e pela capacidade comunicativa, mesmo não sendo diretamente um objeto da comunicação.

Emprestadas da moda, as camisetas foram escolhidas e mesmo após a escolha do item, mais delimitações foram necessárias. Em um novo mapeamento várias lojas foram identificadas, dentre essas a escolhida foi a loja brasileira *Chico Rei*, uma loja virtual que vende além das camisetas outros itens como cadernetas e canecas. A *Chico Rei* possui uma coleção exclusiva sobre Frida Kahlo que conta com 23 camisetas.

Para a etapa analítica do trabalho, foram desenvolvidos dois processos, o primeiro voltado para a análise interpretativa das ilustrações presentes nessas camisetas, buscando identificar referências, hibridações e cruzamentos evidenciando características da pós-produção abordadas com base em Nicolas Bourriaud (2009a). O segundo processo consiste nas análises das respostas obtidas por meio de entrevistas com alguns consumidores da loja. Dentre 15 consumidores contatados, nove responderam ao primeiro contato e cinco o segundo contato. Por meio das respostas foram identificadas mediações com base nos chaveamentos propostos por Guillermo Orozco Gómez (2005) sobre as mediações culturais da comunicação de Jesús Martín-Barbero (1997). Assim, constituem-se duas etapas de análises, a primeira voltada ao objeto: aos elementos de suas ilustrações que indicam formas de criar diante da tecnologia. E a segunda com foco nas relações entre os consumidores, camisetas e a própria Frida Kahlo.

Ao fim da primeira análise, as 23 camisetas foram divididas em quatro categorias relacionadas a seus componentes e referências: *Maravilhoso*, *Empoderamento*, *Fauna e Flora e Híbridões*. Algumas das ilustrações se posicionaram entre duas categorias, sendo categorizadas naquela cujos elementos ressaltaram mais. Mesmo com as categorizações há muitas semelhanças entre as 23 peças, como o uso de fotografias e obras de arte para a produção, daqui se destacam a fotografia *Frida with Magenta Rebozo*, de Nickolas Muray que foi referência direta e indireta para quatro camisetas. Além das obras propriamente ditas, a elementos estéticos propostos pela pintora também aparecem em várias ilustrações, assim como suas frases. Atos que remetem às ideias de “estética relacional” e “pós-produção”, ambos conceitos trazidos por Bourriaud (2009a,b) foram observados por meio das identificações do cruzamento de referentes, usos de obras como materiais base para novos produtos. Também foram indicadas referências presentes nas ilustrações.

As formas de se relacionar com as obras de arte constituem a ideia de reauratização que agora está atrelada a essas formas de interação entre obras e espectadores, assim como entre sujeitos que são tocados por essas obras. A integração de elementos de diferentes fontes promove novas formas de compor a aura diante de um cenário em que a reprodutibilidade da obra de arte é cada vez maior. Até mesmo alguns elementos se voltam para o reforço da ideia de aura nas ilustrações, muito presentes na categoria *Maravilhoso* são elementos do sagrado, como o *Sagrado Coração de Jesus e Maria*, o *Olho que tudo vê* e a própria aureola, evidenciando novas formas de reintroduzir a aura nas imagens aplicando a ideia de culto mesmo em imagens com alto valor de exposição.

Na segunda etapa analítica, através da leitura das respostas obtidas com os consumidores por meio de entrevistas, mediações culturais da comunicação foram mapeadas. Neste momento foram observadas quatro das mediações propostas por Guillermo Orozco Gómez (2005) a partir da conhecida teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero (1997). Assim, foram identificadas “mediações institucionais”, principalmente atreladas aos movimentos sociais e ao feminismo, “mediações referenciais”, como de gênero, “mediações situacionais” que indicam situações específicas do uso do produto e por fim, “mediações cognitivas”, que se relacionam aos conhecimentos prévios dos sujeitos. Nesta etapa foram reforçadas a hipótese de que as camisetas são usadas como uma forma de expressão da identidade, assim como uma possibilidade de “partilha do sensível” por meio do reconhecimento, das afirmações e das trocas possibilitadas pelos usos das peças. As camisetas se constituem não só como instrumentos ou mídia, como também como ponte para o alcance do outro.

As articulações promovidas ao longo da pesquisa sobre o consumo são observadas nas respostas dos consumidores que consideram o consumo como uma forma de expressão da identidade, assim como um ato muito mais complexo, que envolve o desejo e a ideia de pertencimento a grupos. Com a análise interpretativa das respostas foi possível observar também que os participantes conheciam a vida de Frida Kahlo, sua importância no campo das artes e também articulam sobre o papel de Kahlo na atualidade, reforçando o viés político da biografia da pintora, sendo esse também muito citado como um vínculo de reconhecimento entre consumidores e a pintora.

Ao fim das duas análises foi percebido que de fato a figura de Frida Kahlo não se esvazia e perde sua aura no caso dos objetos empíricos selecionadas na pesquisa, pelo contrário, são objetos escolhidos com cuidado que refletem seus usuários através dos gostos, das instituições as quais pertencem, dos valores, da cultura e outras articulações que são acionadas durante a compra e uso das camisetas. Logo, o movimento de reaturização é observado nas relações entre as camisetas com a imagem de Frida Kahlo, retomando as ideias de “estética relacional”, assim como de “partilha do sensível”. Fica indicado, assim, que a aura da arte está agora nas relações que ocorrem tanto por meio do consumo como por meio das produções e reproduções dessas ilustrações que aparecem mediadas, atravessando diferentes circuitos e fluxos presentes nas produções de sentido.

Vale destacar que os resultados evidenciam apenas um cenário dentre tantos que podem ser observados relacionados às experiências estéticas em torno da imagem de Frida Kahlo e sua reprodutibilidade. A pesquisa busca contribuir para leituras de fenômenos relacionados à discussão da aura de forma a atualizá-la conforme esperava Benjamin ainda em 1936 ao escrever *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* e destacar que com a falta da autenticidade, a função das obras de arte poderia se alterar e partir para dimensão política (BENJAMIN, 2012). Aqui a dimensão política é vista justamente como a partilha, troca e exercício da cidadania, que ocorrem durante o consumo que possibilita a expressão de si e a afirmação das identidades.

# 1 FRIDA KAHLO: HISTÓRIA, ARTE, PASSADO E PRESENTE

Uma forma de iniciar as discussões é apresentando a figura enigmática que aparece logo no título do trabalho. O caso de Frida Kahlo sustenta muito bem as questões dessa pesquisa, a reprodutibilidade de sua imagem é um fenômeno que abrange muitos suportes, espaços e significações. Desde o comércio popular até grandes produtos midiáticos, filmes hollywoodianos, livros que vão dos acessíveis aos mais caros, ímãs de geladeiras, exposições, museus, mas também grafites. Frida Kahlo pode estar distante e próxima: o Museu Frida Kahlo está localizado em Coyoacán, mas o acesso a ele também se dá pelo celular, já que possui sua versão virtual; o corpo se foi em 1.954, mas a imagem ainda vive; vivia no México, mas também era latina; distante e próxima, morta e viva, estrangeira, mas nativa, essa é Frida Kahlo.

O fenômeno é curioso, anos depois da morte a pintora se torna reconhecida no mundo inteiro, é atrelada ao movimento feminista, sua arte é valorizada, o Museu Frida Kahlo teve um aumento significativo no número de visitantes durante a última década. A exposição *Frida Kahlo, conexões entre mulheres surrealistas no México* foi uma das mais visitadas em toda história do Instituto Tomie Ohtake, localizado em São Paulo. A ideia de Frida Kahlo se torna forte e ela encontra solo fértil para florir diante dos tantos processos de reprodutibilidade que podem expor suas imagens e contar sua história.

Para compreender o processo de reauratização, da construção das múltiplas Fridas, é necessário compreender quem foi a pintora, a época em que viveu, sua importância na arte, as barreiras que derrubou, as dores que sofreu, como foi sua vida íntima. Afinal, tudo em Frida

Kahlo se trata da própria visão de mundo, do seu íntimo que é exposto, como se a partilha das experiências fosse capaz de extinguir as dores das vivências retratadas nas obras.

Para compreender Frida Kahlo, sua biografia é aqui resumida, assim como um trabalho acadêmico permite dentro de seus limites; o acidente e as dores, o relacionamento com Diego Rivera, a forma como se expressava em suas artes, a conexão com o feminismo que foi estabelecida atualmente e um desenho dos ambientes, tipos e formatos de objetos que tornam Frida Kahlo uma mulher ainda viva nos dias de hoje estarão presentes no capítulo de forma a falar sobre aquilo que a constituiu e a mantém viva: sua arte, a política, o amor e suas expressões.

## **1.1 NASCE UMA REVOLUÇÃO**

A Revolução Mexicana (1910) foi a primeira de muitas revoluções que aconteceram no século XX. Formada por uma variedade de líderes, dentre eles socialistas, anarquistas e populistas, a população se rebelou contra o governo ditatorial de Porfírio Díaz. Frida Kahlo escolheu nascer em 1910, o ano da revolução, mesmo tendo como data oficial de nascimento o dia 6 de julho de 1907, em Coyoacán (hoje um bairro da Cidade do México), no México. Esse é o primeiro traço mitológico e político na vida de Frida Kahlo, ao longo de sua vida outras narrativas foram construídas. Frida fazia de si sua própria personagem e buscava expressar suas ideologias de forma muito consciente em todas as situações possíveis, desde a escolha de vestimentas, até poses para fotografias, além das suas obras de arte e escritas.

Batizada com o nome Magdalena Carmen Frida Kahlo y Calderón, a pintora tinha ascendência alemã-judia por parte do pai e mexicana por parte da mãe. Essa é uma entre as muitas dualidades presentes em sua vida e dela Kahlo se apropriava principalmente da ascendência nativa de sua mãe, traço que se torna recorrente em suas vestimentas e em suas obras, que será visto logo adiante, ainda nesse capítulo.

Aos 6 anos, Frida Kahlo contraiu poliomielite, também conhecida como paralisia infantil, o que atrofiou sua perna direita. Como medida para melhorar os movimentos da perna, seu pai, Guillermo Kahlo, a matriculou em diferentes modalidades de exercícios físicos, até então incomum para mulheres. Futebol, boxe e natação eram algumas dessas atividades. Mesmo com todo esforço, a atrofia da perna não foi alterada se tornando o motivo do apelido “Frida perna de pau” (HERRERA, 2011, p. 30). A poliomielite foi uma cisão entre a “Frida alegre” para a Frida mais introspectiva e isolada o que posteriormente seria amplamente retratado em suas obras (HERRERA, 2011).

Com 14 anos Frida Kahlo ingressou na Escola Nacional Preparatória, a melhor instituição de ensino do México que ficava localizada na Cidade do México. Até então a admissão de meninas no colégio era bem recente. Kahlo fazia parte das 35 meninas dentre os 2 mil estudantes da instituição (HERRERA, 2011, p. 42). Foi durante os anos da preparatória que a jovem teve uma efervescência cultural e política. Mesmo que anteriormente o pai incentivava as leituras, foi na Preparatória que Frida se viu desafiada a ler grandes obras e discutir os mais diferentes temas como política, arte, filosofia e literatura. Dentre os que se formavam na Preparatória, muitos ocuparam papéis de liderança nacional. Até então Frida Kahlo idealizava cursar a faculdade de medicina, no entanto um acidente brutal a direcionou às artes.

## 1.2 DOIS ACIDENTES, MUITAS CICATRIZES

Em um dos trajetos entre a Cidade do México e Coyoacán, Kahlo se envolveu em um acidente gravíssimo que deixaria muitas marcas em sua vida. No dia 17 de setembro de 1925, ela estava em um ônibus de madeira junto com Alejandro Gómez Arias, seu então namorado, até que o ônibus colidiu com um bonde (HERRERA, 2011 p. 67). Algumas pessoas morreram e outras ficaram gravemente feridas, uma delas foi Frida Kahlo. Herrera descreve as lesões causadas pelo acidente na jovem de então 18 anos

Frida teve a coluna quebrada em três lugares na região lombar. Quebrou a clavícula, fraturou a terceira e quarta vértebras, teve onze fraturas no pé direito (o atrofiado), que foi esmagado; sofreu luxação do cotovelo esquerdo; a pélvis se quebrou em três lugares. A barra de aço tinha literalmente entrado pelo quadril esquerdo e saído pela vagina. (HERRERA, 2011, p. 70)

O acidente promove uma nova cisão na história de Frida Kahlo, a jovem serelepe que corria, praticava atividades físicas e era muito ativa se torna uma pessoa imersa na dor e na imobilidade. De início, para a cicatrização dos ferimentos, Kahlo “passou um mês deitada de costas, imobilizada e revestida por gesso, e encerrada em uma estrutura em formato de caixa, mais parecida com um sarcófago” (HERRERA, 2011, p. 70). Em uma das cartas à Alejandro Gómez Arias dissera “neste hospital a morte dança toda noite em volta da minha cama” (HERRERA, 2011, p. 71).

Com o repouso, Kahlo se voltou para dentro de si mais uma vez e mergulhou em seu eu da mesma forma com que a poliomielite a impusera na infância. Passou muitos dias sozinha. Perdeu as provas finais da Escola Nacional Preparatória o que a fez reprovar do ano letivo, deixando de lado o sonho de se tornar médica. O jovem Gómez Arias partiu para a Europa depois do acidente, o que ajudou a reforçar a solidão de Kahlo. Os gastos com os tratamentos

médicos, a necessidade de uma renda extra, além do desejo de se distrair levaram Frida Kahlo ao encontro da pintura. Dessa forma, o pai adaptou um cavalete sobre a cama para que a jovem pudesse pintar enquanto estivesse deitada (HERRERA, 2011).

Dos 18 aos 47 anos, quando faleceu, Frida Kahlo teve sequelas do acidente. As inúmeras fraturas causavam muita dor. Por vários motivos, incluindo falta de assistência médica correta, a coluna apresentou muitos problemas durante toda a vida: procedimentos e o uso de coletes eram indispensáveis, mas não aliviavam a dor. O pé, que já havia sido um problema na infância por conta da poliomielite, também causava muito desconforto após as fraturas do acidente. Em 1950, Kahlo passou um ano internada no hospital. Entre cirurgias, procedimentos mais simples e infecções, a pintora teve seu pé direito amputado, foi nesse período que ela escreveu em seu diário uma de suas mais conhecidas frases: *“Piés para qué los quiero si tengo alas para volar”* (FRIDA, 2015, p.154). As lesões da pélvis a impossibilitaram de realizar o sonho de se tornar mãe, sujeitando-a a diversos abortos. Nem mesmo as medicações ou bebidas alcoólicas tinham o efeito no alívio das dores. Além dos desgastes físicos Frida Kahlo também teve muitos problemas em seu relacionamento com Diego Rivera.

### ***1.2.1 O SEGUNDO ACIDENTE, DIEGO RIVERA***

Frida Kahlo afirmou uma vez “sofri dois graves acidentes na minha vida. Um em que fui abalroada por um bonde. O outro acidente é Diego” (HERRERA, 2011, p. 136).

Em 1928, Frida Kahlo estava se relacionando com Diego Rivera quando se filiou ao Partido Comunista. Ambos tinham muitos amigos em comum no México, principalmente os relacionados ao partido, mas o primeiro contato do casal já havia acontecido há alguns anos quando Kahlo era aluna da Escola Nacional Preparatória e o artista fez um mural na instituição.

Diego Rivera era 20 anos mais velho que Frida Kahlo. Em 1907, quando a pintora nascia, Rivera partia para a Europa depois de frequentar a Academia de Belas-Artes de San Carlos, a mais prestigiosa escola de arte do México. Antes disso, ele já havia ganhado bolsas e prêmios (HERRERA, 2011, p. 106). Rivera é reconhecido como um dos maiores muralistas do México e revolucionário em suas criações, lutou para que as culturas populares e nativas mexicanas fossem retratadas em obras e que suas expressões artísticas também fossem consideradas obras de arte, promovendo uma exaltação dessa cultura.

Diego Rivera era conhecido na arte e na política. Tinha fama de “devorador de mulheres” (HERRERA, 2011) e foi o homem que Frida Kahlo escolheu para compartilhar sua

vida a partir dali. O casal se casou duas vezes, o que já indica que também se separaram e tiveram alguns problemas no matrimônio. A primeira vez em que se casaram, foi no dia 21 de agosto de 1929, “o casamento de um elefante com uma pomba” de acordo com os pais de Kahlo (HERRERA, 2011).

Herrera (2011) reforça algumas ideias sobre a união: Diego era mais velho, não seria seu primeiro casamento, já tinha filhos, muita experiência de vida e profissional, era conhecido como um gênio das artes, era feio e mulherengo e tinha estabilidade financeira necessária para a família Kahlo que passava por dificuldades. Frida era jovem, vista pela família como doente e sem perspectivas de ter uma profissão, havia se relacionado oficialmente apenas com Alejandro Gómez Arias. O casal Kahlo e Rivera compartilhava a paixão pelas ideologias e pela política, incluindo também a paixão pelo México, principalmente quando se tratava do “México nativo”. Kahlo expressava a paixão por Diego Rivera em suas obras, assim como Rivera também a retratava em seus murais, como pode-se observar abaixo (ilustrações 1 e 2).

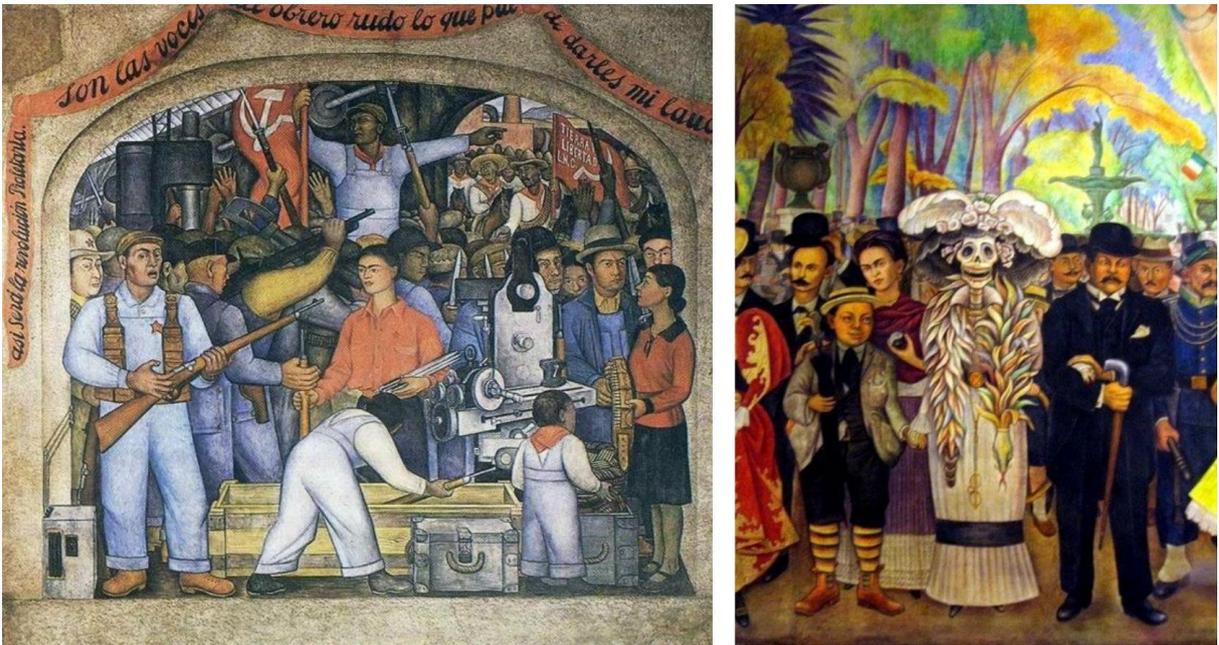
**Ilustração 1 - *Frida e Diego Rivera* (1931) e *Diego e Frida* (1929-1944)**



Fonte: WikiArt2

<sup>2</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/frida-and-diego-rivera-1931> > e < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/diego-and-frida-1944> >. Acesso em: 10 de out. de 2021.

**Ilustração 2 – O Arsenal (1928) e Sonho de uma tarde de domingo na Alameda Park (1886-1957)**



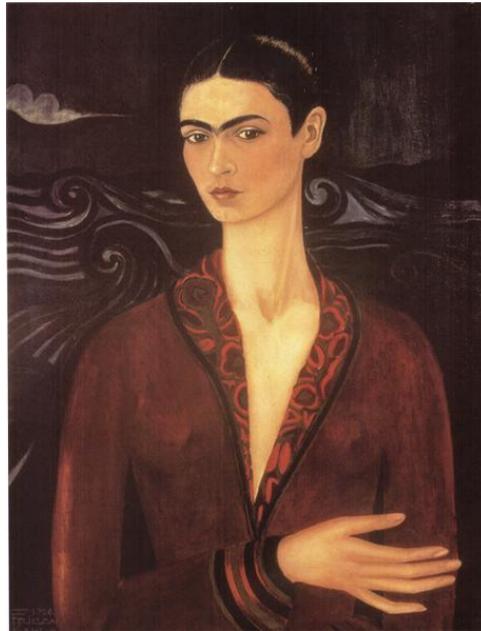
Fonte: WikiArt<sup>3</sup>

O relacionamento do casal foi marcado por uma série de traições, Rivera sempre se envolvia com muitas mulheres, o que deixava Kahlo extremamente abalada, chegando a interferir em sua saúde. Kahlo também traía Rivera, envolvendo-se com homens e mulheres, principalmente mulheres, uma vez que Rivera não aceitava os relacionamentos extraconjugais da parceira com outros homens. Uma das separações do casal foi motivada pela traição de Diego com Cristina Kahlo, a irmã de Frida.

O casamento não era de todo ruim, Diego Rivera prezava pela liberdade e autonomia de Kahlo e a estimulou a pintar e ter seu próprio traço. Há uma mudança gritante entre o primeiro autorretrato (Ilustração 3) e aqueles que vieram depois.

<sup>3</sup> WikiArt. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/diego-rivera/the-arsenal-1928>> e <<https://www.wikiart.org/pt/diego-rivera/dream-of-a-sunday-afternoon-in-alameda-park-1948>>. Acesso em: 10 de out. de 2021.

### Ilustração 3 - Autorretrato em vestido de veludo, 1926



Fonte: WikiArt<sup>4</sup>

## 1.3 ENTRE DEUSES E SANTOS

O imaginário de Frida Kahlo era diverso e esse universo foi refletido em suas obras. A mãe de Frida, Matilde Calderón, era extremamente católica e descendente de nativos. A riqueza da cultura mexicana conta com mitologias que estão presentes no imaginário da pintora, envolvendo deuses, santos e outras figuras como esqueletos e Catrinas, figuras que são cultuadas no dia dos mortos, uma festa muito popular no México. Também chamada de La Catrina, o esqueleto representa uma dama da alta sociedade mexicana. Criada por José Guadalupe Posada, era uma forma a satirizar as damas da sociedade mexicana que renegavam a sua cultura em prol da europeia.

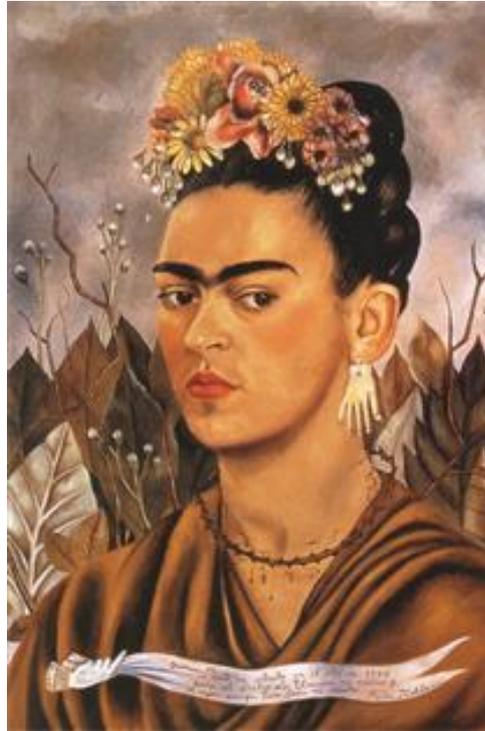
Do catolicismo, Kahlo se aproveita da figura dos espinhos, que remetem o sofrimento de Jesus (ilustração 4). Além disso, há uma forte influência dos retablos e ex-votos em suas obras, estes que eram figuras devocionais, relacionadas à milagres e graças concedidas por santos, eram produzidos como forma de agradecimento em sua grande maioria. Herrera (2011) destaca como principais similaridades entre as obras da pintora e os retablos o desenho *naif*, as cores e outros, mas o mais importante, talvez seja, que ambos registram “em detalhes e sem

---

<sup>4</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-in-a-velvet-dress-1926>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

melindres, fatos de angústia física” (HERRERA, 2011, p. 189) como podemos ver na *Ilustração 5 – Hospital Henry Ford*. A obra foi feita após Frida Kahlo ter sofrido um aborto.

**Ilustração 4- Autorretrato, 1940**



Fonte: WikiArt<sup>5</sup>

**Ilustração 5 - Hospital Henry Ford, 1932**



Fonte: WikiArt<sup>6</sup>

<sup>5</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-dedicated-to-dr-elouesser-1940>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

<sup>6</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/henry-ford-hospital-the-flying-bed-1932>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

Das mitologias nativas, Kahlo se apegava às crenças astecas de “guerra eterna entre a luz e as trevas” (HERRERA, 2011, p. 191), da dualidade popular na cultura mexicana, presentes em suas obras por meio do sol e da lua no mesmo céu, da noite e do dia, como podemos observar na imagem 4. Para Herrera (2011) o Sol e a Lua justapostos também faz inferências as culturas cristãs, nas quais se acredita que a natureza lamentou a morte de Jesus, sendo reafirmado cientificamente com a afirmação de que houve um eclipse durante a crucificação de Jesus. Também há uma forte relação com obras medievais que retratam o momento de crucificação com o Sol e a Lua em cada lado da cruz, uma simbologia que foi representada na Renascença, no México colonial e se manteve na arte popular mexicana.

**Ilustração 6 - *Árvore da esperança, mantenha-se firme*, 1946**

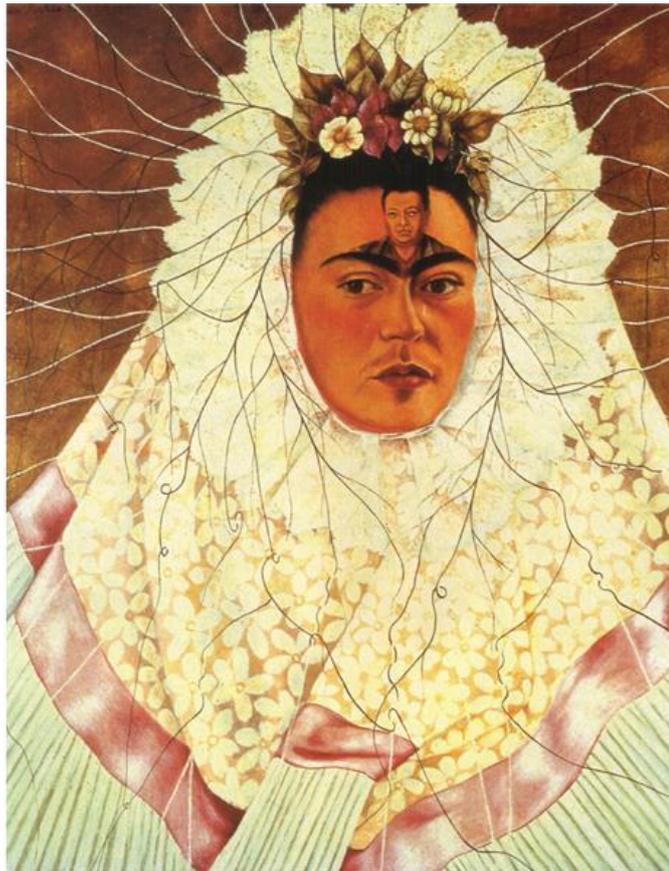


Fonte: WikiArt<sup>7</sup>

<sup>7</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/tree-of-hope-remain-strong-1946>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

Ainda voltada para as raízes nativas mexicanas, Kahlo utilizava vestimentas tehuanas (ilustração 7). As tehuanas são um grupo étnico que habitam o Istmo de Tehuantepec, tais trajes são compostos por saias de veludo, rendas, bordados e outras características. A pintora inclusive utilizava da vestimenta como uma forma de reforçar sua identidade como mulher que buscava e valorizava suas origens. Além disso, o uso de saias longas era também uma forma de esconder a perna atrofiada pela poliomielite.

**Ilustração 7 - Autorretrato como tehuana, 1943**



Fonte: WikiArt<sup>8</sup>

Frida Kahlo não adorava só mitologias ou características dos povos originários, a pintora também tinha adoração por pessoas, políticos, militantes e ideais. Obviamente Kahlo adorava Diego Rivera, ora como amor, como parceiro, como artista, mas também como quem deveria ser cuidado. O casal tinha um amor em comum: a militância no Partido Comunista mexicano. Ela era muito politizada e tinha seus ideais bem definidos, apoiou Rivera em seus desentendimentos envolvendo a política, além de hospedar Léon Trotsky em sua casa em 1937, quando Trotsky e sua então esposa, Natalia Sedova, fugiam de uma perseguição política

---

<sup>8</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-as-a-tehuana-1943>>. Acesso em: 1 de abr. 2021.

stalinista. Foi durante essa hospedagem que Kahlo se envolveu em um relacionamento com o revolucionário bolchevique. Ainda na política, ela admirava os envolvidos e a força da Revolução Mexicana.

Diante de tantas referências, as crenças da pintora são muito diversificadas. A presença de simbologias que remetem a esses ideais estão presentes nas mais diferentes narrativas produzidas pela pintora ao longo de sua vida, como foi evidenciado ao mostrar algumas obras. Desde as vestimentas tehuanas até a própria data do ano de nascimento, em que ela alterou para ter algo em comum com a Revolução Mexicana fazem parte da elaboração da personalidade da pintora. No próximo tópico outras obras de Frida Kahlo serão evidenciadas ressaltando mais uma vez as crenças da pintora e seu estilo artístico.

#### 1.4 A ARTE E AS OBRAS

A pintura de Frida Kahlo carrega a essência da artista mesmo quando não se trata de seus autorretratos. Todos os fantasmas e paixões de Kahlo estão presentes em suas obras. Seu traço que remete a pintura popular e a conecta com o México, reforça como a pintora se posicionava em movimentos de afirmação da cultura popular e nativa mexicana.

A adaptação de um estilo de arte popular coincidia com a cuidadosamente elaborada autoimagem de Frida. Assim como seus trajes, a arte mexicana popular é repleta de cores e alegria, e, como a vida de Kahlo, é invariavelmente teatral e sangrenta (HERRERA, 2011, p. 273).

Por meio das pinturas ela retratava suas dores físicas e mentais, reafirmava suas ideologias, condensava sua essência: o anseio pela maternidade, o amor por Diego Rivera, os amigos e amantes, as dores e problemas de saúde, os sentimentos, a ancestralidade. Toda obra era um pedaço de Frida Kahlo.

A forma de se expressar gerou um impasse: o próprio criador do movimento surrealista, André Breton, alegou que a pintora era surrealista. O que Frida Kahlo negou afirmando que jamais pintara sonhos, pintava apenas a sua realidade. Atualmente alguns dizem que sua pintura faz parte de um *realismo maravilhoso*, um movimento típico da América Latina, tal qual as obras de Gabriel García Marques.

Depois de 1937, quando encerrou o romance com Trotsky, foi que Kahlo teve seu período mais produtivo. Herrera (2011) afirma que entre 1937 e 1938, a pintora pintou mais obras do que nos 8 anos anteriores. Além da produtividade o estilo da pintora evoluiu: “de maneira sofisticada, suas pinturas agora não se limitavam meramente a retratar ‘incidentes’ de

sua vida, mas vislumbres de seu eu interior e a maneira como ela concebia sua relação com o mundo” (HERRERA, 2011, p. 267).

De acordo com Herrera (2011) a pintura de Kahlo ter os traços da arte popular a aproximava de suas ideologias políticas, era “uma declaração de posicionamento político esquerdista, pois expressava sua solidariedade para com as massas” (HERRERA, 2011, p. 273). Além disso, a pintora não deixou de registrar seus ideais políticos nas obras, como podemos ver na ilustração 8.

**Ilustração 8 - *O marxismo trará saúde aos doentes*, 1954**



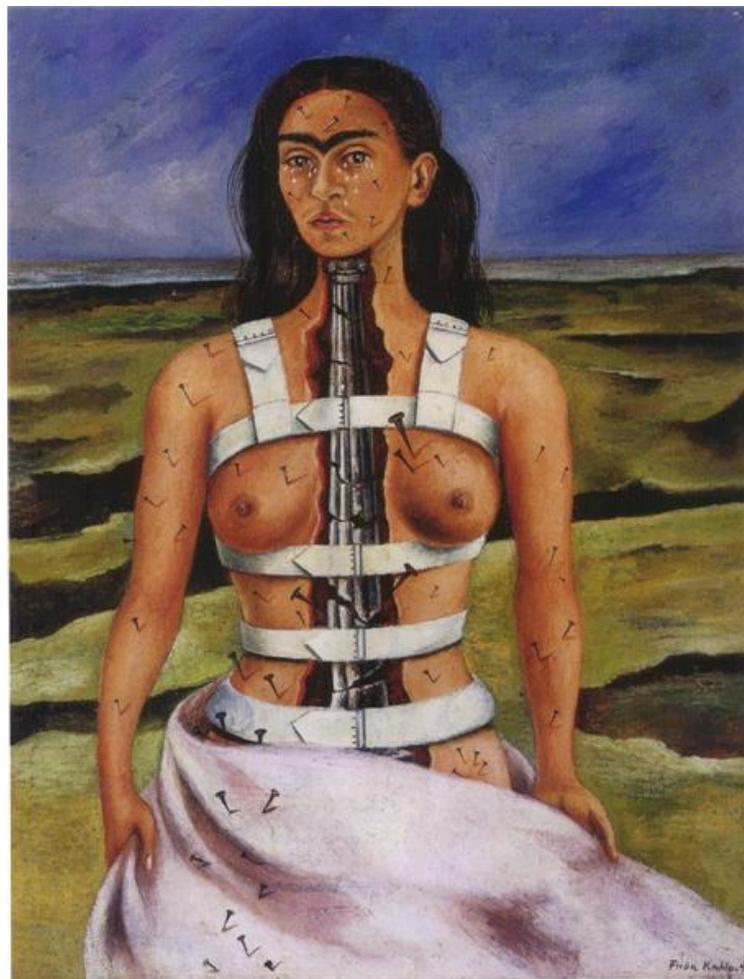
Fonte: WikiArt<sup>9</sup>

A pintora se colocava como personagem principal em sua obra, reafirmava seu papel ativo em sua vida, construía a imagem de uma mulher passível de dor, sofrimento e problemas, distanciando-se do papel de musa no qual os artistas homens colocavam as mulheres. Frida

<sup>9</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/marxism-will-give-health-to-the-sick-1954>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

Kahlo retratava a mulher real e todos os seus problemas desde físicos a emocionais. Nas obras *Árvore da esperança* (ilustração 6) e *A coluna Partida* (ilustração 9) são retratados os problemas de saúde, as lágrimas indicam dor e sofrimento. O aborto é retratado em *O hospital Henry Ford* (ilustração 5) e em outras. A dualidade entre as diferentes Fridas, está presente em *As duas Fridas* (ilustração 9) e *Árvore da Esperança* (ilustração 6). *Moises* (ilustração 11) reflete o desejo de ser mãe. Em seu repertório o corpo da mulher aparece como um corpo humano, não sexualizado, com funções biológicas, parindo e amamentando, um corpo capaz de performar entre o feminino e o masculino.

**Ilustração 9 - A coluna partida, 1944**



Fonte: WikiArt<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/the-broken-column-1944>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

**Ilustração 10 - *As duas Fridas*, 1939**



Fonte: WikiArt<sup>11</sup>

**Ilustração 11 - *Moises*, 1945**



Fonte: WikiArt<sup>12</sup>

<sup>11</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/as-duas-fridas-1939>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

<sup>12</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/moses-1945>>. Acesso em 1 de abr. de 2021

## 1.5 FRIDA KAHLO É FEMINISTA (?)

Discutir sobre feminismo quando se fala de Frida Kahlo é essencial, principalmente nesta pesquisa, afinal, as relações entre Frida Kahlo e política se dão na contemporaneidade principalmente pelo recorte do gênero e da sexualidade, discussões indissociáveis do feminismo, além da relação direta formada nos produtos entre Kahlo e o movimento feminista. Mas cabe aqui também lembrar que esse trabalho não é um projeto que busca discutir de forma antropológica o feminismo. Este será abordado através de um recorte que é a relação entre Frida Kahlo e o movimento, afinal, toda a luta e teorias feministas jamais caberiam em uma dissertação. Logo, o feminismo não serão ignorados, mas também não serão amplamente discutidos buscando respeitar os limites dos recortes necessários.

A relação entre Frida Kahlo e o feminismo é no mínimo polêmica. Em 28 de fevereiro de 2021 a seguinte manchete chama atenção "Não considero que Frida Kahlo foi feminista", diz sobrinha-neta da artista"<sup>13</sup>. A sobrinha defende que Frida Kahlo era sim muito política, sendo de fato militante, mas que não atuava como as feministas atuam hoje. Cristina Kahlo ainda recorda que a pintora sempre foi muito dependente de figuras masculinas, tanto emocionalmente quanto financeiramente.

No entanto, a figura de Frida Kahlo está intrinsecamente relacionada ao feminismo. Ela é uma personagem que promove uma identificação com as mulheres e que por mais que hoje algumas de suas atitudes sejam consideradas normais, à época eram atitudes raras para as mulheres, como a prática de atividades físicas cujo público era em sua maioria masculino e o ato de se matricular em uma escola cujo público feminino correspondia a 1,75% do público geral. Aqui as possíveis conexões com os feminismos, com o público feminino e Frida Kahlo serão abordadas. O próprio casamento conturbado, os abortos, a forte relação com a política, a busca de seus ideais e toda liberdade de Frida Kahlo, incluindo também aquelas relacionadas à sua sexualidade, vestimentas e ações são fatores que contribuem para essa conexão de Frida Kahlo ao movimento feminista. A liberdade sexual de Kahlo que fugia dos rótulos e do esperado para as mulheres da época, a performance entre o gênero masculino e feminino nas vestimentas: o uso de roupas masculinas, o corte de cabelo mais curto, a manutenção de alguns pelos normalmente depilados pelas mulheres em contraste com as longas saias, as tiaras de flores, as tranças no cabelo comprido e o uso de acessórios como brincos e colares.

---

<sup>13</sup> Acesso em 3 de março de 2021. <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2021/02/28/frida-nao-foi-feminista-como-conhecemos-diz-sobrinha-neta-da-artista.htm?cmpid=copiaecola>

A ligação entre Frida Kahlo e o movimento feminista foi pesquisada por Janaina Feitoza Alves de Andrade<sup>14</sup>, que em sua dissertação de mestrado analisou as narrativas produzidas sobre Frida Kahlo a partir da megaexposição *Frida Kahlo, conexões entre mulheres surrealistas no México*, realizada em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, entre dezembro de 2015 e agosto de 2016. Dentre os objetivos da pesquisa constava:

[analisar] o papel da Comunicação na construção da *fridamania*, os temas culturais e as vinculações associadas à imagem de Frida, que levam ao culto de sua vida e sua obra, e, ainda, analisar os sentidos desse ícone, partindo da relação da apropriação e consumo de sua (auto)biografia e da ressignificação de sua imagem (ANDRADE, 2019, p. 5).

Andrade confirma sua hipótese reiterando que os usos da imagem da pintora por coletivos feministas estão relacionados ao movimento feminista em sua quarta onda: características como “a liderança e autonomia femininas, a aceitação do corpo que não entende a padrões sociais e o exercício da sexualidade, a exposição de si, o compartilhamento da narrativa autobiográfica e o empoderamento feminino” (ANDRADE, 2019, p. 120) se aproximam dos ideais feministas e também foram destacadas na exposição e nos materiais midiáticos relacionados a ela. Por fim, Andrade (2019) constata que houve uma “migração da narrativa de *Frida Kahlo, conexões* na ressignificação da imagem de Frida-mártir-sofredora esposa para a Frida-líder-artista-mulher, durante e após a realização do evento” (ANDRADE, 2019, p. 120).

Do ponto de vista artístico, há uma busca pela compreensão de uma arte feminista. O que se configura como um desafio ainda hoje, pois esbarra em muitas questões delicadas que mantêm como padrão o pensamento não só no gênero, como no sexo biológico. Ou seja, muitas vezes o termo feminista se confunde com o ser mulher. Exposições “feministas” expõem arte de mulheres, mas não necessariamente de feministas, o que é problemático quando se pensa no feminismo como movimento social que deve ser abarcado por todas e todos desde que estes apresentem materiais relevantes para a luta feminista (HAYDEN, 2019). Quando ocorre situações como estas o gênero se torna o foco e não necessariamente o movimento político.

Sobre isso Richard enfatiza que o feminino é um signo de identidade e como tal está envolvido em “disputas e renegociações de forças que rearticulam sua definição em planos não lisos de representação” (RICHARD, 2019, p. 307), a autora ainda define o feminismo como

---

<sup>14</sup> Fridamania, a ressignificação de Frida Kahlo no acontecimento da primeira megaexposição de suas obras no país. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ.

uma elaboração que vai além da ideia de gênero. Portanto, não se deve classificar uma obra como feminista apenas pelo fato de ter sido produzida por uma mulher, deve-se aprofundar a noção de feminismos abarcando as demais identidades relacionadas aos movimentos.

Mas então, Frida Kahlo pode ou não ser considerada feminista? Para Malin Hedlin Hayden (2019) o que deve ser considerado na discussão entre arte feminista ou não são as implicações dos feminismos nas obras de arte. Sendo as questões principais aquelas sobre o que tais trabalhos abordam e como fazem. Ou seja, sobre o que os trabalhos falam e como eles trazem esses temas, quais são as repercussões em torno das obras e se os materiais são capazes de promover o ativismo feminista? E complementa:

Acredito que entender práticas artísticas como feministas deveria se basear na agenda política veemente da própria artista, considerando que entender obras de arte como feministas é uma possibilidade de lê-las como algo que implica uma ideologia, política e retórica feminista (comunicada) (HAYDEN, 2019, p. 324)

Retornamos ao ponto de partida através das discussões de Hayden (2019). Se poderíamos considerar Kahlo como feminista pelas reverberações de sua arte, também se torna difícil categorizá-la como tal pela última citação anotada, já que não foram encontrados registros em que Frida Kahlo se afirmava como feminista. No entanto, sua relação com a política e algumas de suas ideologias encaminham para que a resposta seja afirmativa.

Em contraponto, para Andrea Giunta (2019), a relação da arte com os feminismos é justamente restituir o sentido político do movimento, promovendo novas formas de compreender o mundo. Assim, o detalhe que importa são as leituras de mundo que são promovidas e as aproximações que a linguagem artística pode construir com ideais e afetos. Logo, o pensamento de Giunta (2019) se aproxima da ideia de Hayden (2019), em que as relações promovidas pelo objeto artístico devem ser consideradas e dessa forma pode-se concluir que, pelo movimento articulado entre os públicos e as obras de Kahlo, sua arte fomenta discussões entre os feminismos, criando redes entre mulheres, homens e pontos de articulação de vivências e partilhas.

Os feminismos estão entre as principais possíveis motivações para o uso da imagem de Kahlo na atualidade. Através dos movimentos feministas percebe-se um uso não só da imagem, como também do nome e da história de Frida Kahlo, relacionando-a às muitas mulheres e homens que apoiam a causa ou buscam apoio através desses grupos. A pintora também é lembrada por outros aspectos de sua personalidade e ideologias, como a questão da sexualidade e da deficiência que hoje, assim como o feminismo, são muito politizados em seus usos, tendo

na pintora uma representante da bissexualidade e um exemplo no movimento anticapacitista. No tópico a seguir é abordada a popularidade de Frida Kahlo na atualidade, o sucesso de suas obras, a relação com o público, a exemplificação de objetos relacionados à ela e o consumo da arte na atualidade.

## 1.6 ANOS DEPOIS: FRIDA KAHLO ESTÁ EM TODOS OS LUGARES

Desde sua morte em 1954 até hoje a imagem de Frida Kahlo percorreu diversos caminhos. Se em vida a pintora era conhecida como esposa de Diego Rivera, o famoso muralista mexicano, atualmente ela é o destaque da relação. Seus quadros são vendidos por milhões de reais, a obra *Diego e eu* foi leiloada por 1,4 milhões de dólares, fazendo da pintora a primeira latino-americana a vender uma peça por mais de 1 milhão de dólares. A obra *Dos desnudos en el bosque (La tierra misma)* foi leiloada por 8,5 milhões de dólares em 2016<sup>15</sup>. O Museu Frida Kahlo, localizado na *Casa Azul*, no México, teve um aumento de 141,9% no número de visitantes na década de 2002 a 2012, totalizando mais de 2 milhões de visitantes<sup>16</sup>.

No Brasil, a megaexposição *Frida Kahlo, conexões entre mulheres surrealistas no México* teve mais de 900 mil visitantes, sendo realizada em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, entre dezembro de 2015 e agosto de 2016. Para Janaina Andrade (2019), a exposição e seus desdobramentos midiáticos tiveram um papel muito importante na ressignificação da pintora no país, uma vez que o recorte curatorial, os materiais de divulgação e os materiais jornalísticos alteraram a narrativa sobre Frida Kahlo evidenciando o papel da pintora como líder entre mulheres artistas, empoderada e influente, estabelecendo novos vínculos com o público. Andrade (2019) reforça que os mesmos motivos que a distanciaram dos contemporâneos – a ausência da feminilidade padrão, heteronormatividade e do corpo perfeito – fazem com que ela seja adorada hoje “em uma sociedade que tem questionado paradigmas sobre o feminino e privilegiado a autenticidade dos relatos pessoais, no contexto do espaço biográfico contemporâneo” (ANDRADE, 2019, p. 120). Andrade ainda faz uma conexão em sua dissertação entre os desdobramentos midiáticos e a própria exposição ao uso da imagem de Frida Kahlo nos coletivos feministas após 2015

[já que há uma] conexão com os sentidos do ser mulher propostos pela quarta onda feminista, privilegiados na megaexposição, como a liderança e autonomia femininas, a aceitação do corpo que não atende a padrões sociais e o exercício da sexualidade,

<sup>15</sup> Folha de São Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/05/1770953-tela-de-frida-kahlo-e-leiloada-pelo-valor-recorde-de-us-8-milhoes.shtml?origin=folha>>. Acesso em 5 de mar. de 2021.

<sup>16</sup> Dados obtidos diretamente com o Museu Frida Kahlo. O número exato de visitantes é 2.278.285. Sendo que em 2002 o número foi de 120 mil e em 2012 290,276.

a exposição de si, o compartilhamento da narrativa autobiográfica e o empoderamento feminino. (ANDRADE, 2019, p. 120).

No Facebook, mais de 4,6 milhões de pessoas curtiram a página oficial da pintora. Há também uma variedade de páginas e grupos que levam o nome da pintora. Em uma rápida busca no Google, o nome Frida Kahlo gera 42.300.000 resultados cuja totalidade da primeira página de acessos indica materiais sobre a biografia da pintora<sup>17</sup>. No Instagram, rede social voltada para o compartilhamento de imagens e vídeos, há a localização de 4.168.034 publicações com o uso da hashtag Frida Kahlo (#fridakahlo).

Frida Kahlo também está presente nas livrarias. Livros biográficos ganham novos formatos sendo produzidos até para o público infantil. Romances, livros sobre arte e até mesmo o diário da pintora foram publicados. O livro *Frida* (2011) de Hayden Herrera expõe diversas facetas da pintora: cartas, trechos do diário, relatos de conhecidos, fotografias, interpretações e imagens sobre as obras são reunidos. Talvez por tantos detalhes seja uma obra utilizada como referência para outros autores, inclusive para a elaboração desse capítulo da dissertação.

O livro de Hayden Herrera também foi utilizado como base para o filme homônimo de Julie Taymor. Lançado em 2002 nos Estados Unidos e em 2003 no Brasil, garantiu dois prêmios do Oscar em 2003, um pela categoria de maquiagem e outro pela trilha sonora do filme. Além disso, também foi premiado no Globo de Ouro com a categoria de melhor trilha sonora e melhor atriz para Salma Hayek, que interpretou a personagem principal. No BAFTA, premiação do Reino Unido, o filme foi novamente premiado pela maquiagem, em ambas as premiações foi indicado em mais categorias. Mas esse não foi o primeiro nem o último filme sobre Frida Kahlo. Em 1983, Paul Leduc estreou o filme *Frida Natureza viva* estrelado por Ofelia Medina no papel de Frida Kahlo.

O filme *Frida* também foi tema de uma dissertação no ano de 2010. Cassia Calvo do Nascimento (2010) concluiu com sua pesquisa que o filme cristalizou o mito Frida Kahlo, uma vez que ressalta sua história de vida e não apenas sua carreira artística, o que não poderia ser diferente, visto que a obra de Kahlo é totalmente biográfica. Frida Kahlo se construiu como um mito retratando suas dores e sofrimentos. O filme trouxe o conhecimento de sua vida e obras para o público que dificilmente teria acesso às obras da pintora, que estavam limitadas aos museus.

A popularização do filme levou Frida Kahlo para as prateleiras de consumo como se constata na atualidade [...] Agora Frida é POP, sua imagem está inserida na cultura

---

<sup>17</sup> Acesso em: 05 de mar. de 2021.

de massa, tornou-se famosa e popular além das fronteiras mexicanas. (NASCIMENTO, 2010, p. 153)

Para celebrar o Dia Internacional da Mulher, comemorado no dia 08 de março de 2021, o documentário *Viva la vida* foi lançado pela National Geographic contando a história de vida da pintora.

Ainda nos produtos midiáticos, a pintora também foi capa de algumas revistas, como a *Vogue México*, em novembro de 2012 (ilustração 12), a *Bravo* edição 189 de maio de 2013 (ilustração 13) e a *Cult* número 210 de março de 2016 (ilustração 14) que fez um especial sobre a vida e obra da pintora estabelecendo uma forte relação entre a pintora e o feminismo.

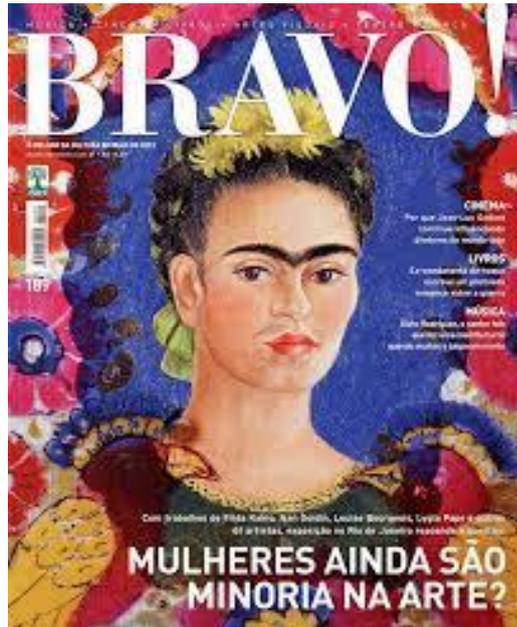
**Ilustração 12** - Capa da revista *Vogue México*



Fonte: Estadão<sup>18</sup>

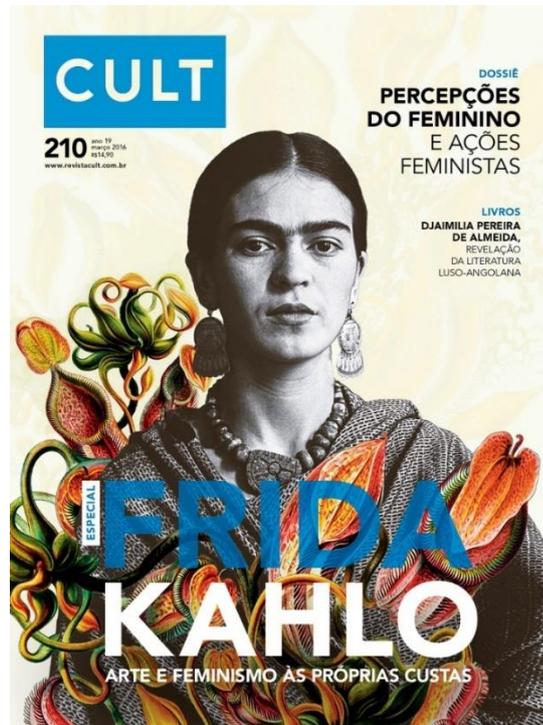
<sup>18</sup> Estadão, 2016. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/fotos/artes,icone-da-moda-na-capa-da-vogue-mexico-de-2012,602905>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

**Ilustração 13** - Capa da revista *Bravo!*



Fonte: Página da revista Bravo! no Facebook<sup>19</sup>

**Ilustração 14** - Capa da revista *Cult*



Fonte: Loja revista Cult<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Perfil da Revista Bravo! no Facebook, 2013. Disponível em: <<https://m.facebook.com/BRAVONLINE/photos/a.155746274453330/61143227551392/?type=3>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

<sup>20</sup> Loja revista Cult. Disponível em: <<https://www.cultloja.com.br/produto/cult-210-marco-2016/>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

No campo acadêmico a pintora é estudada em diversas áreas tendo destaque na arte, cultura, psicologia, áreas multidisciplinares e nos estudos sobre a mulher, mas também sendo pesquisada na área da saúde e educação, por exemplo. Em amplo aspecto, dentre os temas gerais das pesquisas estão: a obra, relatos autobiográficos, dor, cartas, identidade, produção feminina, comunicação visual e imaginário, pensamento e processos criativos, filme, cinema e outros.

A pintora também se tornou comum na moda, sendo inspiração para coleções como a coleção cápsula da *Arezzo* (ilustração 15). A marca foi apoiadora oficial da exposição *Frida Kahlo - Conexões* quando a mesma se situou no Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo, e utilizou as cores presentes no trabalho da pintora em alguns itens da coleção primavera/verão de 2016. Kahlo também está presente em estampas de bottons, ímãs de geladeira, decoração para festas, fantasias e alegorias, quadros e pôsteres, almofadas (ilustração 16), chaveiros e camisetas, que é o foco da pesquisa discutido mais adiante.

**Ilustração 15 - Produtos da Arezzo**



Fonte: FFW/ UOL<sup>21</sup>

**Ilustração 16 - Almofada**



Fonte: Mimeria<sup>22</sup>

<sup>21</sup> FFW/ UOL, 2015. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/colecao-capsula-da-arezzo-inspirada-em-frida-kahlo-chega-as-lojas/>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

<sup>22</sup> Mimeria. Disponível em: <[https://www.mimeria.com.br/capa-de-almofada-frida-kahlo-cacto-e-flor-bege?utm\\_source=Site&utm\\_medium=GoogleMerchant&utm\\_campaign=GoogleMerchant&gclid=Cj0KCQjws](https://www.mimeria.com.br/capa-de-almofada-frida-kahlo-cacto-e-flor-bege?utm_source=Site&utm_medium=GoogleMerchant&utm_campaign=GoogleMerchant&gclid=Cj0KCQjws)>

Há algumas explicações sobre o consumo relacionado às obras de arte. Beatriz Sarlo (2004) aponta que com o pós-modernismo, há “um apagamento das fronteiras entre arte e vida cotidiana”, assim como “o colapso das distinções entre alta-cultura e cultura de massa/popular” (SARLO, 2004, p. 97). Dessa forma identificamos que a arte se presentifica no dia a dia e se mescla entre as diferentes expressões culturais. Tal fenômeno é acompanhado pela intensa reprodução de imagens, incluindo imagens de obras e propriamente obras que buscam ser mais reproduzidas. Sendo assim, observamos a reprodução de grandes obras em produtos diversificados e presentes em nosso cotidiano, ambos resultados da diversificação das experiências culturais (SARLO, 2004).

Para a autora, a conjunção entre arte e o cotidiano se dão em três movimentos. O primeiro que parte da academia com a movimentos artísticos como o dadaísmo e surrealismo que buscavam questionar o lugar da arte, assim como o que era a arte. O segundo se dá através da transformação da vida cotidiana em arte, ou seja, se em um primeiro momento há um questionamento do que é considerado arte, no segundo, tudo tem a potencialidade de se tornar um objeto artístico. Nesse segundo movimento, a própria existência caminha para uma produção, daí evidenciam estilos de vida cada vez mais originais que unem o consumo com formas de expressão (SARLO, 2004), já que para a construção de um estilo de vida é necessário vestimentas, acessórios, decoração, mobiliário, busca por lazeres e afins que expressem identidades.

O terceiro aspecto da estetização da vida cotidiana se aproxima ainda mais do consumo, uma vez que implica na adoção de signos através das imagens em objetos de consumo. Assim, tais objetos são relacionados a mensagens que são reforçadas midiaticamente, incluindo, obviamente a publicidade (SARLO, 2004). Trata-se do chamado “valor-signo” (BAUDRILLARD, 2009), em que os objetos passam a ser consumidos não só pela sua função primária como também pelo que eles implicam. Sendo assim, os últimos dois aspectos se aproximam muito, uma vez que o “valor-signo” favorece a construção de uma ideia de estilo de vida.

Sarlo (2004) ainda sinaliza que embora as fronteiras entre arte e cotidiano tenham sido dissolvidas na pós-modernidade, os percursos para que isso ocorresse começaram na modernidade e até mesmo antes. Na modernidade se tem a expansão do consumo, as alterações

nas cidades, a inserção de signos, estilos de vida e de experiências que viriam a desencadear nas muitas hibridizações que são identificadas hoje. Para Lipovetsky e Serroy (2015) a temática é apresentada através de eras estéticas. Segundo os autores, a sociedade humana atravessou várias eras estéticas, sendo a palavra estética destinada aqui às relações entre os públicos e a arte. Agora nos encontramos na era transestética, ou no capitalismo artista.

Lipovetsky e Serroy (2015) fazem uma crítica ao capitalismo ao retratar esse período em que a produção industrial e a cultura remetem ao mesmo universo ligado ao consumo. Os autores identificam que no capitalismo artista há uma imposição de gostos, emoções, “sensibilidades” por parte das marcas através da produção dos objetos e dos meios que garantem a venda de tais produtos, incluindo a indústria do design e da comunicação, na produção e na publicidade, por exemplo. Dessa forma, o capitalismo artista é caracterizado pelo “peso crescente dos mercados da sensibilidade e do ‘design process’, por um trabalho sistemático de estilização dos bens e dos lugares mercantis, de integração generalizada da arte, do ‘look’ e do afeto no universo consumista” (Lipovetsky, Serroy, 2015, p. 14). Tal pensamento indica que não há escolhas ou outras possibilidades de percepção a não ser a imposta pelo mercado ignorando as ideias de espectadores ativos, de uma “comunicação sem anestesia” (BARROS, 2017) e das mediações, temáticas que serão abordadas no capítulo 3.

Mesmo com a criticidade e a exclusão do espectador/consumidor ativo no processo de consumo, a obra se torna interessante para a discussão dos fenômenos relacionadas ao mercado e a cultura, já que os autores indicam eventos que ocorrem na atualidade relacionados complexidade da intensa produção e consumo de imagens, produtos e na hibridação entre cultura e as diferentes indústrias. Assim, os autores também lembram que o consumo é uma ação cotidiana, presente em diversas relações, inclusive se tornou relevante ao ponto de constituir “um vetor importante para a afirmação identitária dos indivíduos” (Lipovetsky, Serroy, 2015, p. 31), ou seja, o consumo está presente nas relações identitárias indicando com o que cada indivíduo, ou comunidade se identifica.

Sarlo (2004), Lipovetsky e Serroy (2015) apresentam termos parecidos para indicar o período atual em que há uma grande hibridação entre arte, consumo e tudo aquilo que orbita esse universo, como os produtos de comunicação, design, a moda e as esferas do consumo e produção. Mesmo diante de todas as experimentações possíveis presentes em um universo configurado através do uso da imagem, os autores creem no esvaziamento aurático das obras de arte. Logo, indicam que nesse ambiente a arte não tem mais seu valor espiritual, enquanto,

como discutiremos no capítulo posterior ao falar especificamente sobre a reprodutibilidade, alguns autores afirmam que as relações entre arte e espectador foram alteradas com a crescente reprodutibilidade, mas as obras ainda possuem uma aura.

Dentro da estetização do cotidiano e da era do capitalismo artista, percebe-se um consumo de obras, fotografias e narrativas em geral sobre Frida Kahlo. É possível identificar uma grande reprodutibilidade dessas imagens e outros pontos discutidos por Lipovetsky e Serroy (2015) como a estrelização, que se refere à transformação de personalidades diversas em estrelas, papéis antes limitados para figuras do cinema, mas que hoje são comuns entre chefes de cozinha, estilistas, artistas e outros, que possuem suas imagens divulgadas e são adorados. Também há uma apelação publicitária em torno das relações entre consumidores e objetos, uma vez que a publicidade busca cada vez mais criar experiências positivas em torno de marcas e produtos.

Ainda sobre a estrelização, de acordo com Baitello Jr (2018) uma forma de manter o valor de culto em imagens midiáticas seria transportando a mitologia presente em imagens religiosas, para as mitologias de personagens que hoje são vistos como estrelas, podendo ser cantores, apresentadores, estilistas e artistas.

A imagem de Kahlo e suas narrativas transitam entre produtos midiáticos e midiaticizados, não se restringindo aos filmes, materiais jornalísticos e afins. Tornam-se produtos aos quais a sociedade participa inferindo significados, produzindo ressignificações, compartilhando imagens, trocando informações sobre a pintora, suas obras e seu papel na sociedade, como artista e como mulher servindo de inspiração.

Agora que já se sabe quem foi Frida Kahlo e como ela ainda é presente na atualidade, promovendo leituras sobre suas obras e sobrevoando alguns exemplos de objetos de consumo que utilizam sua imagem, pode-se compreender melhor esses usos e com o que a relacionam. Para isso, trabalho vai se voltar às discussões sobre experiência estética e comunicação, tendo início com as teorias de Walter Benjamin sobre a reprodutibilidade técnica, os valores de exposição e de culto presentes em uma obra de arte. Buscando compreender se a imagem da pintora se esvazia de aura conforme sua reprodutibilidade aumenta. Para articular com as ideias sobre aura, Nicolas Bourriaud também é utilizado. Afinal, “tudo se transforma” nos processos de reprodução técnica ou tecnológica, como argumenta Barros (2021) ao discutir as hibridações e reapropriações estéticas de produções fonográficas, em articulações entre as teses de Benjamin e Bourriaud.

Posteriormente, no capítulo 3, as discussões sobre experiência estética se voltarão de forma mais íntima para a comunicação, trazendo os conceitos espectador emancipado, mediação, circuitos e circulação e por fim, mediações, muito significativos ao entendimento do processo de reaturização de Frida Kahlo que o trabalho se predispõe a debater com o intuito de identificar o processo que permite a compreensão dos espectadores que consomem a imagem da pintora.

Ao longo do trabalho as questões de consumo e política serão tensionadas, visualizando as relações de consumo com a significação de Frida Kahlo que é uma figura relacionada à movimentos sociais e questões políticas. A pesquisa será encerrada com uma análise sobre as formas de apropriação da imagem de Frida Kahlo, pontuando vínculos estéticos entre as obras da pintora e produtos e vínculos afetivos entre o consumidor e os objetos.

## **2 A REPRODUTIBILIDADE DA IMAGEM DE FRIDA KAHLO**

Frida Kahlo é uma personagem popular no cenário cultural e político latino-americano e, mesmo, mundial. Transformada em ícone, sua imagem está presente em muitos objetos, produtos e narrativas midiáticas: fotografias, autorretratos, livros, ilustrações, filmes, peças teatrais, chaveiros, fantasias, camisetas, bottons, ímãs decorativos, pôsteres, grafites e tantos outros. Mesmo que a pintora se considerasse conhecida no cenário artístico, possivelmente jamais imaginaria ser tão reconhecida e estar presente em tantos suportes simbólicos, midiáticos e culturais.

Como já elaborado no capítulo anterior desta dissertação, a pintora se preocupava em estabelecer uma narrativa a partir de sua imagem e de sua arte: o figurino que usava em suas aparições e performances, as fotografias nas quais ela própria é personagem e suas obras de estilo surrealista e expressionista foram instrumentos por ela usados para efetivar tal propósito. Os autorretratos, repletos de adereços e cenários de um realismo maravilhoso, são um dos diferenciais da obra de Frida Kahlo e um dos motivos pelos quais a pintora é mais lembrada.

A própria imagem da artista presente nas pinturas acaba por extrapolar os limites dos quadros e ganha exposição por conta de sua “reprodutibilidade técnica” (BENJAMIN, 2012) em objetos impressos, gravados, estampados e produzidos em série tecnicamente. Esse processo de reprodução de seus autorretratos e fotografias retiram das peças primeiras o seu caráter de originalidade, mas recriam narrativas e mitificação em torno da personalidade e de sua arte. Até traços isolados podem remeter a pintora como a tiara de flores e as sobrancelhas grossas por tirar.

As fotografias se configuram como parte essencial para a construção de Kahlo como um mito, reforçando a personalidade única e exótica (SERRANO, 2014). E as imagens de Frida Kahlo auxiliam na idealização da personalidade da mesma e possuem o papel documental de registrar como era a vida no México e como vivia essa personagem tão enigmática ainda que muito exposta.

Autores como Beatriz Sarlo (2004), Gilles Lipovetsky (2015) e Fredric Jameson (2006) relacionam o uso das imagens com o modernismo e sua inflação com a pós-modernidade. Ocorre que com o desenvolvimento industrial a comunicação foi alterada: fotografia e cinema, novas formas de gerar produtos midiáticos foram desenvolvidos ocasionando em uma multiplicidade de imagens circulantes.

Para a compreensão da reprodutibilidade da imagem da pintora o capítulo presente se inicia com o precursor das discussões sobre a reprodutibilidade técnica, Walter Benjamin (2012), apresentando também os conceitos-chaves para a compreensão da teoria do pensador alemão, a aura, o valor de culto e o valor de exposição. Como uma forma de continuidade e atualização ao raciocínio de Benjamin, as ideias de Nicolas Bourriaud (2009a) sobre a pós-produção também serão relacionadas ao fenômeno que ocorre com a artista. A reauratização e o caso de Frida Kahlo serão abordados, assim como algumas formas de reprodução da imagem da pintora serão lembradas, como o uso pelo movimento feminista e casos de apagamentos da personalidade da artista em alguns suportes.

## **2.1 A REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA**

Walter Benjamin em seu ensaio *A era da reprodutibilidade técnica* já antecipava o futuro das imagens que com os avanços técnicos teriam suas formas de reprodução e de recepção modificadas. A preocupação de Benjamin surgiu em um contexto no qual a imagem em movimento, o cinema, vinha ganhando destaque, por esse motivo há uma série de trechos voltados não só para o desenvolvimento tecnológico empregado na produção de um filme como também as alterações que poderiam ocorrer na produção, impactando inclusive na interpretação dos atores das obras que vinham sendo filmadas.

O presente trabalho se volta para a reprodutibilidade da imagem estática, principalmente para as reproduções da imagem da pintora Frida Kahlo e um possível processo de reauratização. Para tanto é preciso compreender os conceitos de valor de exposição, valor de culto e aura discutidos pela primeira vez na obra de Benjamin.

Em *A era da reprodutibilidade* a experiência estética segue as fases cronológicas da história da arte, desde o sagrado até o profano. Dessa forma Benjamin retrata o primeiro período sendo o mais aurático pela sua construção mitológica, com as pinturas rupestres, estátuas e imagens santas, até o período da reprodutibilidade técnica (SCHLESENER, 2014). O autor foi um dos primeiros a falar sobre as mudanças das imagens que partiram de uma construção mitológica para uma construção estética alcançando hoje sua construção midiática. Nesse percurso se observa o crescimento do valor de exposição nas obras, ou seja, as obras de arte são cada vez mais expostas e criadas para a exposição.

Benjamin deixa claro que a reprodução das imagens ocorre desde o início do período histórico quando os humanos imitavam outros e seus objetos, seja para o aprendizado na busca de treinar e desenvolver uma técnica de arte como também para fins comerciais. Logo, as reproduções estão presentes na humanidade há muito tempo, o que se altera são as técnicas para produzir tais reproduções. A fundição e a cunhagem permitiram que metais e moedas fossem reproduzidos. Depois, a xilogravura permitiu que houvesse a reprodução técnica de desenhos. A tipografia desenvolveu a reprodutibilidade da escrita (BENJAMIN, 2012).

De forma relativamente lenta novas técnicas surgiram e a fotografia, da forma próxima a que conhecemos hoje, foi o motivo da preocupação de Benjamin juntamente com a reprodutibilidade das imagens em movimento e do som. O autor percebeu que esse desenvolvimento incluiu as novas técnicas no campo da arte “no século XIX a reprodução técnica atingiu tal grau, que não só abarcou o conjunto das obras de arte existentes e transformou profundamente o modo como elas podiam ser percebidas, mas conquistou para si um lugar entre os processos artísticos” (BENJAMIN, 2012, p. 13). Tal transformação na percepção das imagens está relacionada à problemática da aura, que está interligada aos valores de culto e de exposição.

## **2.2 VALOR DE CULTO, VALOR DE EXPOSIÇÃO E AURA**

Para Benjamin “a reprodutibilidade técnica da obra de arte altera a relação das massas com a arte” (2012, p. 27). O autor já apontava que a técnica e processos mecânicos poderiam desencadear em mudanças estéticas, do universo da recepção. Benjamin (2012) então instituiu dois valores presentes na recepção de uma imagem: o valor de culto e o valor de exposição. Inicialmente, todas as produções artísticas tinham como função o culto, logo eram imagens que não necessariamente deveriam ser vistas. O autor cita como exemplo as pinturas rupestres, cuja função era mágica, uma imagem destinada aos espíritos (BENJAMIN, 2012). Já o valor de

exposição está muito presente nas imagens produzidas hoje. Benjamin explica “na medida em que as obras de arte se emancipam do uso ritual, aumentam as possibilidades de sua exposição” (2012, p. 18), aqui é válido lembrar da grande fase de visibilidade em que nos encontramos em que há um foco no que é visível, na produção, consumo e compartilhamento de imagens

O valor de exposição está relacionado à perda da aura diante do uso ritualístico da arte, já que esta está diretamente ligada a unicidade da obra. Apenas uma obra autêntica pode apresentar as características que compõem uma aura, apenas estas possuem a “essência”, a história de uma permanência, o que não ocorre diante do grande número de reproduções que invadem nosso imaginário. Muitas imagens não são mais criadas com a busca na exclusividade e sim em sua reprodução. Logo, a reprodução compromete a aura dos objetos artísticos. Benjamin (2012, p. 14) afirma que “mesmo na reprodução mais perfeita falta algo: o aqui-e-agora da obra de arte – sua existência única no lugar em que está.

Para Benjamin (2012) a aura se refere à experiência de contatar um objeto, podendo este ser uma escultura, um afresco e até mesmo uma paisagem. O autor defende que quando esse contato é feito por meio de uma fotografia ou uma imagem cinematográfica, por exemplo, a aura desse objeto pode ser perdida. Perde-se aquilo que compõe a percepção aurática: a autenticidade.

A técnica da reprodução, assim podemos formular, separa aquilo que foi reproduzido e o âmbito da tradição. Ao multiplicar a reprodução, ela substitui a existência única por uma existência serial. E, na medida em que a reprodução permite que o receptor tenha acesso à obra em qualquer circunstância, ela a atualiza. (BENJAMIN, 2012, p. 15)

A aura é condicionada a autenticidade da obra, “o valor único da obra de arte ‘autêntica’ tem seu fundamento no ritual, no qual ela teve o seu valor de uso original e primeiro” (BENJAMIN, 2012, p. 17). Enquanto as obras de arte eram produzidas para fins ritualísticos, a reprodução não era a prioridade, pelo contrário, a reprodução na maioria das vezes era indesejada para que fosse perpetuada uma imagem de culto sobre a obra.

Com as constantes evoluções as obras de arte também tiveram suas motivações alteradas e hoje muitas obras são feitas visando a sua reprodução. Até mesmo exposições são criadas com base em reproduções e réplicas como a exposição *Leonardo da Vinci – 500 anos de um gênio*, exposta no Museu da Imagem e do Som (MIS Experience) de São Paulo, no qual as imagens eram todas reproduções. Outro artifício explorado na mostra foi a possibilidade projeções de imagens além da interação dos visitantes com as réplicas das invenções do artista.

A questão da aura é relacionada também a percepção coletiva. Logo, a preocupação de Benjamin sobre a produção da arte e sua recepção se encontram nos modos de produção que podem interferir nas vivências sociais e culturais. Para Schlesener (2014, p. 13) “a perda da aura evidencia-se como a ausência de um horizonte transcendente caracterizado pela vivência do sagrado em relações comunitárias”. Schlesener é crítica quanto a destruição da aura em prol da criação de mercadoria e traz grandes constatações sobre o que poderia ser ocasionado pela perda da aura: a proximidade com objetos, o uso sem “mistérios”, a perda da capacidade de contemplação e admiração, entre outros.

A busca por novas técnicas e formas artísticas podem ser vistas como naturais, uma vez que é necessário fomentar a produção de efeitos acerca de um objeto. Todas as tecnologias empregadas na arte construíram novas possibilidades de se vivenciar: na fotografia o processo se deu do analógico ao digital. Do daguerreótipo à câmera de celular há um salto em período, tecnologia e facilidades. Ainda hoje há aqueles que buscam no analógico a experiência de fotografar. Na cinematografia a tecnologia continua avançando e criando formas de experienciar que vão desde o cinema 3D com todos os efeitos visuais e sonoros que reforçam a ilusão de profundidade, inserindo o espectador dentro do filme, como também nas formas de reprodução como os serviços de streaming, em que se constrói uma experiência na própria casa.

Ainda que existam críticas sobre a reprodutibilidade, a relação dual entre exposição e culto e as alterações que a exposição excessiva pode ocasionar em nossa recepção promovendo uma baixa da aura dos produtos, há também pontos positivos. A exposição permite o conhecimento das mais diferentes expressões artísticas, tornando-as mais democráticas, além de novas configurações da arte. Por conta da reprodutibilidade as pessoas são capazes de ouvir seus cantores favoritos e descobrirem novos por meio de plataformas como o Spotify e o YouTube. Outros conhecem a obra *Monalisa* sem ter viajado para a França, uma vez que a obra está localizada no Museu do Louvre, em Paris. Quantos outros não se beneficiaram das tecnologias no período pandêmico em que nos encontramos, podendo assistir via YouTube peças teatrais ou shows. A reprodutibilidade também permite que sensações sejam despertadas dentro dos campos de futebol, quando os jogadores se portam no gramado de um estádio sem torcida, mas que ouve os torcedores com o auxílio de um técnico de áudio que reproduz os sons do público, gritos e vaias que levam o jogador a uma experiência de jogar com a torcida presente.

### 2.3 REAURATIZAÇÃO

De forma dialógica, Aumont (2002) traz uma nova maneira de refletir sobre a aura: seus valores são variáveis de acordo com as épocas históricas. Logo, as definições de aura podem ser modificadas conforme as expressões artísticas, as mudanças sociais e culturais. Quando uma obra de arte ganha “valor de exposição” e de ampla circulação na sociedade midiaticizada, a produção de sentidos dela decorrente extrapola a poética criada pelo artista em sua ação criativa e se dá nos processos de apropriação, interpretação e recriação por parte dos espectadores que criam novas poéticas em sua experiência estética.

As imagens não são mais criadas com a busca na exclusividade, não se reservam mais exclusivamente à contemplação cúlrica, e sim à sua reprodução. Em muitos casos as imagens já são reproduções de outras pré-existentes, são produtos criados para as massas e isso muda sua aura, que para Baitello Junior (2018, p. 64) é transferida para novos mitos, novos deuses que hoje são adorados. A aura se reconfigura após esvaziamento em um primeiro momento. Agora, com a substituição do valor de culto pelo valor de exposição, a aura é reformulada presente não só no que é raro e original, mas também naquilo que é muito difundido e está presente em toda parte.

Essa nova configuração incorpora figuras inéditas de adoração, deuses aparecem como atores, cantores, estilistas, e como a própria Frida Kahlo, uma pintora que se torna uma personagem carregada com muitos simbolismos e mitologias, tal qual uma divindade. Com o intuito de unir pessoas através de um ideal a imagem reflete posicionamentos e quando se consome roupas de determinadas marcas e produtos relacionados a certas “estrelas” se estabelece um vínculo com todos aqueles que compartilham do mesmo princípio figurado nas imagens, cria-se uma tribo. A magia do culto das imagens se move do interior, do impacto causado dentro do receptor e parte também para o exterior.

Em uma espécie de continuidade das discussões de Benjamin, Nicolas Bourriaud (2009a) desdobra a reprodutibilidade relacionando-a a fenômenos propiciados pela tecnologia e o envolvimento do público em um movimento de pós-produção. Aos jornalistas e comunicadores a expressão já é conhecida e indica que algo será editado, “tratado”, através de um material previamente feito, como no caso de produtos telejornalísticos já gravados, previamente estruturados, mas que passarão por novas alterações na busca do produto final.

De acordo com o autor, a expressão cabe no universo da arte em que a pós-produção pode ser realizada de diferentes formatos, sendo experimentada no campo da música por DJs e

no campo das artes visuais de forma ainda mais variada, desde o conceito de uma exposição como também no produto de uma colagem, por exemplo.

De toda forma, trata-se de uma produção sobre algo já produzido evidenciando as diferentes formas de consumo ressaltando que esta não é última etapa em um processo. Ainda sobre o processo artístico Bourriaud afirma “pode-se dizer que esses artistas que inserem seu trabalho no dos outros contribuem para abolir a distinção tradicional entre produção e consumo, criação e cópia, *ready-made* e obra original” (2009a, p. 8) além disso, alteram também a ideia de “matéria-prima” já que para tais artistas essa matéria já é um produto cultural circulante completo por si só.

Assim, a obra de arte terá sempre o potencial de ser uma ferramenta, um produto pronto a ser utilizado. Enquanto Aumont (2002) afirma a possibilidade de novas auras e Baitello Jr. (2018) a relaciona a novos ídolos, Bourriaud reposiciona a aura para as relações desenvolvidas na leitura da obra, seja entre o público que a lê e interpreta, ou no ato da criação no âmbito da pós-produção.

Tais movimentos de criação e apropriação de signos e sua transmutação em novos objetos, categorias e espaços são a base para a pesquisa que aqui se apresenta, no qual observa-se o uso da imagem de Frida Kahlo reproduzida em ilustrações que estampam camisetas, mas também em outros suportes lembrados ao longo do trabalho como colagens e ilustrações presentes em redes sociais e em outros objetos de consumo.

A pós-produção em Frida Kahlo advém das mais diferentes escalas expandindo o conceito de arte e artista, abolindo a distinção entre produção e consumo (BOURRIAUD, 2009a) e diria também entre consumidor/espectador/ receptor e produtor. Tal cenário se torna cada vez mais comum com o desenvolvimento das tecnologias para produção e reprodução desses produtos, que vão desde vídeos no YouTube, como imagens do Google, Facebook e Instagram, e outros.

Nas imagens das camisetas trazidas como objetos da pesquisa podemos ver uma forte relação com as fotografias e com as próprias obras da pintora Frida Kahlo que agora são utilizadas como base para uma nova expressão artística constituindo o que o autor chama de *cultura do uso* ou *cultura da atividade*, quando

a obra de arte funciona como o término provisório de uma rede de elementos interconectados, como uma narrativa que prolonga e reinterpreta as narrativas anteriores [...] cada obra pode ser inserida em diversos programas e servir como

enredo múltiplo. Não é mais um ponto final: é um momento na cadeira infinita das contribuições (Bourriaud, 2009a, p. 16).

Se trata de uma forma não passiva de consumo da arte em que muitas vezes o consumidor se propõe a criar um novo objeto partindo do primeiro, tendo agora a inclusão de uma narrativa própria, com outros objetos culturais do cotidiano, produzindo um novo uso, agora com sua colaboração pessoal. A escolha de usar um objeto em si se torna uma etapa da pós-produção antes mesmo de optar por qual linguagem artística o objeto será reconfigurado. Logo, a seleção, os recortes, as colagens, adequações, novas configurações, fazem parte do fazer artístico. Por isso, é chamado de cultura de uso ou da atividade, já que se valoriza os atos de produção e não apenas o que seria o “objeto final” de tal ação.

O raciocínio de Bourriaud (2009a), além de trazer um novo pensamento sobre as definições de arte, direitos autorais, originalidade, formas de trabalho artísticos, usos de formas e obras, gera também a expressão de uma nova função para a arte, não mais uma arte “apenas” para ser vista, mas uma arte para ser usada como objeto e fonte para novos produtos, não só por meio da inspiração, mas para a construção do objeto em si. Algo relacional em que as pessoas possam formular novos usos, ideias, produtos através daquilo já presente no escopo cultural, como afirma o autor “a obra de arte pode consistir num dispositivo formal que gera relações entre pessoas, ou nascer de um processo social [...] cuja característica determinante é considerar o intercâmbio humano como objeto estético em si” (ibidem, p. 32,).

Na consolidação da tecnologia crescente a arte é vista como um espaço de trocas e experiências, não só entre os artistas, mas entre o público. Logo, o espaço da arte se torna ainda mais focado nas relações entre as pessoas, ambientes e objetos. O espectador é também parte da obra já que “traz todo o seu corpo, sua história e seu comportamento, e não mais uma simples presença física abstrata” (BOURRIAUD, 2009b, p. 83), assim elabora por meio da intersubjetividade uma experiência própria formada através de fatores emocionais, comportamentais, históricos e outros (ibidem, 2009b).

A aura da obra de arte mesmo diante da reprodutibilidade demasiada, se presentifica não só no primeiro, único e mágico contato com a obra. O processo de reauratização passa pela adaptação diante das diferentes experiências estéticas que não se relacionam apenas a arte em si, como também fatores sociais, sistêmicos, políticos, culturais. Assim, a aura de uma obra de arte não se prende necessariamente a exclusividade de sua imagem, mas pelas relações estabelecidas por meio destas, a reauratização ocorre com as relações entre a arte e seus espectadores. Para Bourriaud (2009b, p.85) “a aura da arte não se encontra mais no mundo

representado pela obra, sequer na forma, mas está diante dela mesma, na forma coletiva temporal que produz ao ser exposta”.

Com Frida Kahlo, sua aura não necessariamente se relaciona a sua própria obra de arte, mas sim a sua imagem que embora esteja propagada em diversos aparatos possui a capacidade de promover conexões entre aqueles que as observam e as usam, unindo-se a imagem e seus significados, promovendo relações entre imagens-espectadores, espectadores que se identificam entre si e aqueles que utilizarão a imagem em um movimento de pós-produção.

## 2.4 A REAURATIZAÇÃO EM FRIDA KAHLO

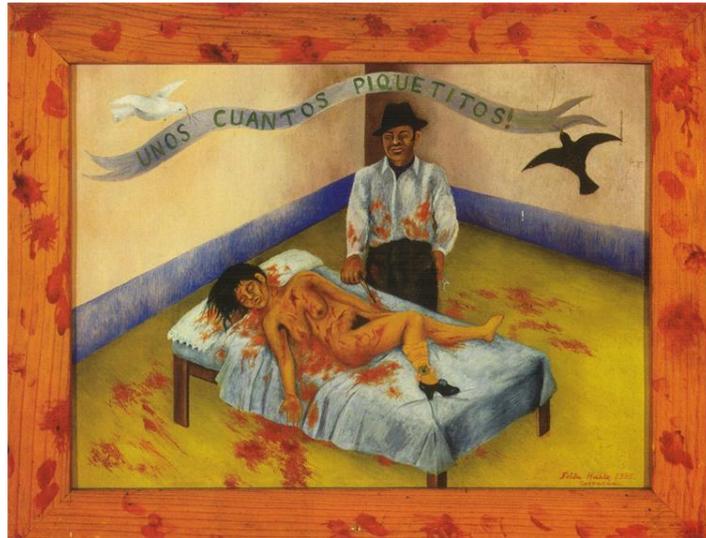
As obras de Frida Kahlo eram quase todas autobiográficas, quando não eram autorretratos tinham uma relação muito forte com sua vida, retratando amigos, sensações, histórias que presenciou e a impressionou ou que representasse a cultura do México, logo, ao ler as obras de Kahlo pode-se ter uma percepção sobre sua vida. Em geral as obras da pintora não se aproximam muito de obras que buscam em seu fim serem muito reproduzidas: algumas seguem a estética dos ex-votos, que são de fato imagens rituais, são obras pequenas que possuem forte relação pessoal por serem retratos em sua maioria, há peculiaridades que podem ser consideradas indesejadas como o sangue e ferimentos, são obras viscerais e muito íntimas. Ainda assim, essas imagens unidas a divulgação da história de Kahlo promovem uma aproximação entre a pintora e as mulheres que vivem no século XXI, as obras, mesmo que sejam as reproduções, são instrumentos que conectam ambas.

Frida Kahlo expôs os acontecimentos de sua vida de forma aberta e poética, retratou seus medos e sua intimidade de forma exclusiva, mas esses medos não eram apenas dela, são medos comuns em muitas mulheres que se identificam com as obras da pintora. Em *Umás facadinhas de nada* (ilustração 17), Kahlo ilustra um caso de feminicídio, uma mulher está morta na cama, ao seu lado um homem está com um objeto cortante em mãos, o sangue está presente na camisa do homem, no corpo desfigurado da mulher, nos lençóis, chão e sai da obra ensanguentando a moldura.

Em o *Hospital Henry Ford* (ilustração 18), Kahlo retrata um aborto e toda angústia que pode ser vivenciada por uma mulher, a solidão é expressa pela imagem da própria pintora em meio a obra, é ela quem une os outros elementos cada qual com sua simbologia, expressando os pensamentos e sensações vividos pela mulher: a lentidão do processo representada por uma lesma, o feto inanimado, um torso representando o interior de um corpo (Herrera, 2011, p. 181). *Hospital Henry Ford* foi a primeira obra de “uma série de autorretratos sangrentos e

horripilantes que dariam a Frida Kahlo a condição de uma das pintoras mais originais de seu tempo” (Herrera, 2011, p. 180). Além das pinturas, Kahlo também retratava seu cotidiano carregado de drama em seu diário e nas cartas, como pode ser observado em livros publicados como *O diário de Frida Kahlo* (2012), publicado pela editora José Olympio, e *Frida* (2011) de Hayden Herrera.

**Ilustração 17 - *Um as facadinhas de nada*, 1935**



Fonte: WikiArt<sup>23</sup>

**Ilustração 18 - *Hospital Henry Ford*, 1932**



Fonte: WikiArt<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Wikiart, 2011. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/a-few-small-nips-passionately-in-love-1935>>. Acesso em: 8 de abril de 2021.

<sup>24</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/henry-ford-hospital-the-flying-bed-1932>>. Acesso em: 8 de abr. de 2021.

Com a reprodutibilidade da imagem de Frida Kahlo há um movimento de manutenção de alguns traços para que ocorra a identificação entre a pintora ou sua obra e o consumidor, em muitas imagens o rosto permanece intacto, em outras a sobrancelha possibilita a identificação, frases e elementos como flores também são utilizados. Por mais que alguns objetos tenham uma produção voltada para sua comercialização, a maneira como esses objetos são consumidos pode evidenciar que há uma conexão entre consumidores, objetos de consumo e a figura estampada nos mesmos. Pode-se haver o intuito de concluir essa conexão com o uso das peças, uma busca pelo mágico presente entre a figura retratada e o objeto de consumo que no caso é específico não qualquer camiseta, mas uma camiseta de Frida Kahlo, com suas frases ou suas obras sendo reproduzidas, carregadas de sentidos e sentimentos por parte daqueles que a utilizam.

A conexão entre Frida Kahlo e os consumidores se desdobram como uma partilha do sensível (Rancière, 2005). Primeiro é necessário um reconhecimento dos sujeitos envolvidos no processo, este se dá por meio do próprio consumidor quando se porta diante da imagem de Kahlo estabelecendo identificação: “Frida Kahlo era latina, assim como eu”, “era uma mulher, assim como eu”, “era resiliente, assim como eu”. Logo há o que Ricoeur (2006) trata de reconhecimento mútuo entre aquele que consome e a personagem. Quando se sabe quem é Frida Kahlo e se identifica com sua figura, podendo ela ser representante das características que fazem do próprio sujeito um ser singular. Trata-se “de reconhecer o outro e se reconhecer no outro, de reconhecer um Eu na diversidade do Outro” (BARROS, 2020, p. 191).

Ainda sobre as ideias de reconhecimento e identidade, Butler (2015) explora o relato foucaultiano da constituição de si para abordar a ideia do eu e as narrativas sobre si mesmo. Para que haja uma definição do eu, existe também um conjunto de “normas” que funcionam como métricas em que cada qual pode se colocar, o que não implica em predefinições exatas sobre cada um, mas indica pontos de referências para os sujeitos (BUTLER, 2015).

Para Butler (2015, p.22) se trata de pensar na normatividade dentro do aspecto do reconhecimento “as normas pelas quais eu reconheço o outro ou a mim mesma não são só minhas. Elas funcionam uma vez que são sociais e excedem cada troca diádica que condicionam”, ou seja, tais definições já existem antes de nós e nos situamos a partir delas. Por meio delas identificamos nosso gênero, sexualidade, classe social e tantas outras delimitações existentes.

Ao se questionar sobre quem é, outras indagações surgem, como a ideia de quem se pode ser, de quem não é. Com isso respostas e outros pontos vão ganhando destaque, gerando

pensamentos sobre qual é seu espaço na sociedade, sua função e ainda mais além: ao responder quem se é, percebe-se em qual período se vive e quais são as métricas sobre quem se pode ser a partir de modelos pré-estabelecidos pela sociedade.

A questão da normatividade auxilia na composição da ideia de Frida Kahlo ser uma “mulher diferente” ou “a frente do seu tempo”, uma vez que conseguiu realizar atividades não tão comuns entre as mulheres, fugindo de um padrão ao qual muitas eram condicionadas, como o próprio fato de ter se tornado uma artista reconhecida. O mesmo também ocorre quando se pensa nas atividades físicas praticadas por ela, que em geral eram restritas aos homens. Ou seja, a pintora é vista hoje como uma mulher empoderada por, dentre outros fatores, ter enfrentado preconceitos e permeado espaços majoritariamente masculinos o que a aproxima muito das questões feministas na atualidade.

A identificação de si, do outro e o reconhecimento fazem parte de um processo que ocorre com Kahlo e com outras personalidades. No caso de Frida Kahlo Kahlo, além da identificação, pode-se gerar vínculos em que o uso de produtos que portam a imagem de uma personagem como ela acaba por se tornar uma forma de expressão, a afirmação de si e do próprio gosto através do objeto utilizado.

Um produtor que com suas ideias sobre Kahlo cria algo que reflete sua identidade, assim como o consumidor que utiliza tais objetos e compartilha imagens como uma forma de ressaltar características próprias, buscando que o outro o compreenda melhor a partir daquilo que se compreende do mundo.

Tais objetos de consumo com a imagem de Frida Kahlo podem partir como objetos rituais, colecionáveis, consumidos por aqueles que se aproximam da pintora, como um terço que conecta o católico ao mundo mágico, uma camiseta conecta o consumidor com a força de Kahlo e além de conectar expõe como quem diz “hoje a força de Frida está comigo”, “tenho as ideologias dessa mulher”, “persevero como Kahlo”.

Com a reprodução de obras de arte em objetos de consumo o contexto pode muitas vezes ser alterado e a imagem pode ser descolada de sua história. Em outros casos, uma característica pode ser ressaltada e a imagem pode ser ressignificada, é o que muitas vezes ocorre com Frida Kahlo quando sua imagem é utilizada como base para construção de novos produtos.

Dentre os usos mais perceptíveis, há uma forte relação com o feminismo. Como outros movimentos, há no feminismo muitas questões identitárias, assim como muitas vertentes. São

tantas as diferenças dentro do movimento que muitas e muitos o chamam de feminismos, no plural, já que se pode alterar a ideia do feminismo por meio de intersecções ou a falta delas. Existem hoje várias vertentes, como o feminismo negro, feminismo marxista, feminismo neoliberal, feminismo racial, trans feminismo, e tantos outros que se configuram através das igualdades e ao mesmo tempo diferenças de identidades e visões dentre aquelas e aqueles que fazem parte do movimento.

O feminismo como movimento identitário, carrega também suas representações. Frida Kahlo por fim, torna-se uma delas. Uma mulher latina, com todas as miscigenações e enlaces que o povo latino possui: ascendência judia por parte do pai, nativa por parte da mãe, com muitas referências católicas, em uma busca constante pelo reconhecimento das culturas nativas e locais, foi uma pessoa com deficiência, bissexual e artista reconhecida. Quantas mulheres se identificam com todas essas características ou pelo menos com uma delas? Muitas se reconhecem em Frida Kahlo e reconhecem em sua imagem e história de vida uma conexão com o feminismo (ou feminismos).

#### **2.4.1 A REPRODUTIBILIDADE DA ARTE E O FEMINISMO**

A figura de Frida Kahlo, não só sua imagem, como tudo o que ela representa, vem ganhando novos significados. O sofrimento e isolamento não fazem da pintora uma figura excluída, mas evidencia que há uma força e uma resiliência, características muito valorizadas pelas mulheres atualmente. Os papéis de Kahlo foram ressignificados, Andrade (2019) se propôs a investigar essas ressignificações posteriores a exposição *Frida Kahlo, conexões entre mulheres surrealistas no México* que relaciona a pintora ao papel de líder, forte, empoderada, características que promovem a identificação com outras mulheres, principalmente as ligadas ao movimento feminista.

Tais ressignificações se presentificam em vários objetos da nossa cultura midiaticizada, desde a aproximação de Kahlo com o próprio corpo, com o uso de uma fantasia de carnaval, ou a aplicação da personagem na própria pele com uma tatuagem. A ressignificação também ocorre na construção de ideias e debates que implicitamente são ligados à Frida Kahlo em páginas de redes sociais como *Não me Kahlo*, presentes tanto no Instagram quanto no Facebook e Twitter com o intuito de informar através de uma linguagem proveniente de uma sociedade midiaticizada: compartilhando mensagens em imagens, textos esses que mal se sabe quem escreveu, mas que possuem um conteúdo importante, de forma geral relacionada ao feminismo no caso específico do perfil *Não me Kahlo*. Já outros perfis se apropriam não só da imagem da pintora, como

também de suas frases, fomentando ainda mais sua reprodutibilidade e reconhecimento por parte das mulheres e consumidores em geral, como podemos observar na imagem do perfil *Mulheres Históricas* (ilustração 19), do Instagram.

**Ilustração 19** - Frase no perfil Mulheres históricas



Fonte: Perfil Mulheres Históricas<sup>25</sup>

As redes também facilitam a divulgação de imagens na qual a pintora está atrelada ao movimento de emancipação das mulheres. O sobrenome Kahlo, como já verificado no parágrafo anterior é muitas vezes utilizado em um jogo de palavras como substituto do verbo calar. Em outros momentos a imagem da pintora é utilizada como símbolo da união feminina, de sororidade.

Como resultado de uma arte relacionada ao feminismo e a sexualidade, a imagem de Frida Kahlo é reproduzida em perfis de ativistas como Gabriela Tornai ao lado de artes com a imagem de Marielle Franco e uma anti-bolsonarista que convoca mulheres contrárias ao

<sup>25</sup> Perfil Mulheres Históricas no Instagram, 2020. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B9b9oVbpeZd/>>. Acesso em: 8 de abril de 2021.

governo Bolsonaro, atual presidente do Brasil (2018-2022), com a colagem digital em que a cabeça do presidente é servida por uma mulher em uma bandeja (ilustrações 20, 21 e 22).

### Ilustração 20 - Frida não me Kahlo



Fonte: Gabriela Tornai<sup>26</sup>

### Ilustração 21 - Quem mandou matar Mari#ele?



Fonte: Gabriela Tornai<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Perfil Gabriela Tornai no Instagram, 2020. Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CAXiCGagJzh/> >. Acesso em: 8 de abril de 2021.

<sup>27</sup> Perfil Gabriela Tornai no Instagram, 2020. Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CDJaK9Hg68a/> >. Acesso em: 8 de abril de 2021.

## Ilustração 22 - Mulheres unidas em casa contra o Biroliro



Fonte: Gabriela Tornai<sup>28</sup>

A importância das redes sociais digitais em movimentos sociais discutida por Manuel Castells (2013) também está presente no movimento feminista, a comunicação decorrente das redes é vista como um instrumento de visibilidade e empoderamento (COSTA, 2018, p. 46). Os usos se desdobram em hashtags, como #PrimeiroAssédio e #MeuAmigoSecreto, em grupos de discussões sobre assuntos exclusivos ao público feminino que abordam temas como métodos contraceptivos (*Diu de Cobre*, com 53 mil membros) e maternidade (*Amigas da Maternidade*, com 68 mil membros) e páginas como *Feminismo sem demagogia*, com mais de 1 milhão de curtidas e *Todas Fridas*, com mais 1,3 milhões de curtidas. Logo, há um caminho natural para que a imagem – e o nome - de Frida Kahlo, já relacionados ao feminismo e outros movimentos políticos e sociais, sejam cada vez mais compartilhados não só nessas redes sociais como também em outros aparatos e ambientes midiáticos.

<sup>28</sup> Perfil Gabriela Tornai no Instagram, 2020. Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CAveGR3gYSA/>>. Acesso em: 8 de abril de 2021.

### 2.4.2 A POLÍTICA COMO ELO

Neste ponto nos voltamos às teorias de Benjamin que apontavam que além da possibilidade de um objeto carregar a magia e manter o culto através de novas expressões, quando as obras se desvinculam da autenticidade há uma alteração muito importante na função da obra de arte:

a partir do momento em que o critério da autenticidade não mais se aplica à produção artística, também a função social da arte terá sido objeto de uma transformação radical. Em vez de se basear no ritual, ela terá agora outra práxis como seu fundamento: a política (BENJAMIN, 2012, p. 18).

Para o autor o aproveitamento da reprodutibilidade técnica implica nos usos políticos da arte culminando na estetização da política pelo fascismo e na politização da arte pelo comunismo. Considerando então, a reprodutibilidade das imagens de Frida Kahlo, seja pelo seu papel de militante política, inclusive em sua arte, seja por meio de sua ressignificação com a forte relação com o feminismo o consumo das imagens da pintora se volta para uma aura que se une à função política. A nova aura só é possível por meio dos fatores de identificação entre consumidores e produto.

Enquanto algumas marcas buscam estabelecer relações políticas entre seus consumidores e produtos através da propaganda (MACHADO, 2009), com os objetos de Frida Kahlo não se torna necessário, já que a imagem da pintora representa pontos políticos e identitários muito fortes. A figura de Kahlo por si só é capaz de representar um ideal político, uma parcela da população, uma profissão. A imagem da pintora é representativa, remete aos grupos de forma natural, o que só foi possibilitado por meio de outros objetos midiáticos como livros e filmes biográficos que permitem que os espectadores conheçam a se identifiquem a artista.

A imagem forte e simbólica permite que diferentes movimentos sejam lembrados de acordo com as mediações de cada qual que a interpreta. De forma geral, representa, além dela própria, o outro por meio de uma identificação. O consumo se articula aqui como uma escala do político em que a representação da imagem de Frida Kahlo se converte por meio das questões identitárias na imagem de mulheres, bissexuais, artistas, militantes e todas as outras identificações que podem ocorrer.

Na compreensão sobre o que é política nos deparamos com a ideia de divisão de espaço e na relação com o público. O ato político logo pode se aproximar do ato comunicativo que leva como base colocar em comum, ou seja, ambos dependem de uma *partilha do sensível*

(RANCIÈRE, 2005), termo já trazido nesta dissertação. Tal partilha só funciona efetivamente quando nos encontramos com outros e nos colocamos abertos ao diálogo e as trocas, é uma ação que deve ser feita em conjunto e por isso as artes se constituem como ferramentas para o exercício dessa partilha (RANCIÈRE, 2005). Ou seja, deve ser pensada desde a perspectiva da alteridade e do reconhecimento do Outro.

O consumo não é apenas o fato de usufruir, de se apropriar, mas o ato de codificar um objeto. De acordo com Baudrillard (2009) há objetos e objetos de consumo, os últimos se diferem do primeiro pelo valor agregado e pelo que simbolizam, o que nesse projeto pode ser explicado da seguinte forma: existem as camisetas, objetos que nos vestem, mas há também camisetas com imagens de Frida Kahlo, que além de nos vestir expressam algo além que se aproximam de nossa identidade bem como nossas ideologias. O que os três atos ditos acima possuem em comum? Só funcionam bem quando há um posicionamento ativo do sujeito como produtor de sentido estabelecendo relações entre terceiros.

Para Omar Rincón (2016) o consumo pode ser compreendido através de diferentes teorias que partem de leituras sobre cultura, identidade, reconhecimento, política e questões midiáticas. Dessa forma, o autor remete para o diferencial latino-americano em que não se pensa apenas na *mensagem*, nem no *meio*, mas sim, no que as pessoas fazem com a comunicação e dessa forma são englobadas as diferentes possibilidades que podem existir nesse meio, assim como a infinidade de características bastardas da nossa cultura.

Os usos de produtos midiáticos e a produção de sentidos nos ambientes midiáticos permitem que o espectador seja capaz experimentar a cidadania de novas formas. O cidadão que vive diante de toda essa complexidade cultural busca exercer sua cidadania com as ferramentas que estão a sua disposição, incluindo tecnologia das mídias. Seja participando de um programa na TV ou então aparecendo em seu próprio perfil em uma rede social, o fato de ser visto, ter voz e ser ouvido permite que a cidadania seja praticada.

Rincón salienta que a cidadania é “uma tensão, uma confrontação e um espaço de luta simbólica por *projetos de reconhecimento*; conflitividade que se resolve de modo inédito nas práticas democráticas” (RINCÓN, p. 40, 2016). Para ocupar o posicionamento de cidadão é necessário ter poder, mesmo que este seja simbólico. Esse poder vem de diferentes eixos da comunidade, de pessoas e ambientes, como grupos de amigos, familiares, ambientes de trabalho ou de cultos de fé, por exemplo.

Dentre os diferentes recortes da cidadania propostos pelo autor, é destacada a *ciudadania celebrities*<sup>29</sup> que está relacionada as cidadanias comunicativas, dentro do “direito de se ver nas telas próprias” e no “direito ao entretenimento”, como também o direito de “marchar pela causa que lhe pareça justa” (o direito de se expressar e protestar) (RINCÓN, 2016, p. 41). Direcionando o pensamento de Rincón sobre essa categoria de cidadania, as *ciudadanias celebrities* se direcionam para o fator de representatividade por meio da autoestima pública, ou seja, pelo direito de estar presente nos meios e nas redes em que “ser reconhecido e estar nas telas midiáticas é condição para a felicidade e a autoestima do sujeito nesta sociedade do espetáculo” (RINCÓN, 2016, p. 41).

A discussão da cidadania para Rincón não deve passar apenas pelos conteúdos, não sendo uma questão de agenda de temáticas, mas também de “formatos, estéticas e narrativas” (RINCÓN, 2016, p. 41), acolhendo a questão da identidade e do reconhecimento. Finalmente, Frida Kahlo entra em questão: se ao nos vermos nas telas e nos aparatos midiáticos há um reconhecimento e assim a possibilidade de exercer nossa cidadania, o mesmo pode ocorrer quando vemos uma imagem que nos assemelhamos e nos identificamos como a de Frida Kahlo. Essa figura tão lembrada pela mídia, que circula em aparatos e objetos de consumo nos representa de diferentes formas e nos apresenta a possibilidade de estar em espaços inimaginados. Uma cidadania comunicativa indireta, não com o eu, mas com aquele que nos enxergamos.

Acrescentando as palavras de Rincón (2016, p. 42)

na expressão do uso mesmo para se fazer visível através de uma estética própria e de uma voz própria; na ação coletivista de significar junto com outros; na afirmação da identidade ou esse encontrar um lugar no mundo para ser a estrela de sua própria tela e em seus próprios termos [...] a cidadania celebrity é uma tática para disputar e lutar nas mídias e nas redes digitais, os modos estéticos e narrativos do visível, do narrável e o reconhecido.

Frida Kahlo se apresenta no meio cultural bastardo desde quando estava viva buscando sempre uma afirmação do que era a arte mexicana ignorando as vanguardas europeias e se baseando nas expressões artísticas nativas e locais. Ainda hoje está presente em diferentes produtos culturais: filmes mexicano e hollywoodiano, letras de músicas<sup>30</sup>, em livros biográficos

<sup>29</sup> O autor apresenta diversas categorias de cidadanias, entre eles as *densas* e as *fracas*. A *ciudadania celebrities* se encontra entre o conjunto da cidadania fraca, na subdivisão da cidadania comunicativa.

<sup>30</sup> Em *Esquadros*, de Adriana Calcanhoto, se ouve: “Eu ando pelo mundo prestando atenção/ Em cores que eu não sei o nome/ Cores de Almodóvar/ Cores de Frida Kahlo, cores”.

assim como em romances, objetos de consumo, obras de arte e outras expressões artísticas, como o grafite e imagens digitais.

Dessa forma, ao nos vermos no outro que nos representa também ganhamos o poder necessário para nos tornarmos cidadãos e quando a imagem de Kahlo é reproduzida se reproduz a imagem de uma mulher latina, artista, bissexual, com deficiência física, aderindo poder as pessoas que compartilham dessas mesmas identidades. Ao se reproduzir frases da pintora se dá voz as mulheres e não só a Frida Kahlo, mas a todos e todas que compartilham do mesmo posicionamento.

### ***2.4.3 CASOS DE APAGAMENTO***

Se por um lado a imagem de Frida Kahlo passa por uma reauratização, não se exclui os usos deslocados de imagens e frases. Da mesma forma que as relações com os objetos e entre seus consumidores é o que promove a nova configuração da aura a direcionando a política, tais usos pode se aproximar do uso de objetos de qualquer outro personagem, como as Princesas da Disney ou heróis e heroínas do universo Marvel. Talvez pelo próprio objeto de consumo o uso pode não sustentar as significações relacionadas aos fatores já mencionados, como o feminismo. Isso porque se trata de uma infinidade de produtos e dentre eles muitos se aproximam apenas do valor do belo descartando possibilidades de diálogos profundos sobre identidade, como itens para decoração de festas de aniversários.

Em outros momentos, a significação está presente, já que é possível formular um elo entre Frida Kahlo e as temáticas políticas, ocorre o processo de reauratização, mas em contrapartida existe também um aniquilamento da origem referencial, ou seja, existe uma Frida Kahlo, mas tão ressignificada que beira um apagamento de sua personalidade e história. Exemplificando se torna mais fácil perceber as problemáticas desse movimento, para isso três casos foram trazidos:

- **Caso 1** - o apagamento de Frida Kahlo como pessoa com deficiência: Em muitas imagens se ignora o fato de que a pintora tinha deficiência que a levava a ter dificuldades de locomoção, ocasionada pelo atrofiamento de uma das pernas após ter poliomielite, pelo acidente e posteriormente pela amputação de uma das pernas. O caso abaixo repercutiu e se tornou manchete “Frida Kahlo é pop, vende produtos, mas esquecem que ela tinha deficiência”, produzida por Nina Lemos do Universa, plataforma de conteúdo para mulheres do UOL.

### Ilustração 23 - Frida anda de bicicleta



Fonte: Site Universa UOL<sup>31</sup>

Na imagem que estampa a camiseta acima (Ilustração 23), Frida Kahlo é ilustrada em uma hibridação de sua face com um corpo moderno, com tatuagens e vestimentas que não remetem ao tempo em que a pintora viveu. Além disso, não há menção da deficiência em uma das pernas da pintora, ainda por cima se reforça a ideia de mobilidade com a inserção da bicicleta na qual a personagem se apoia. Com isso há um apagamento da deficiência da pintora.

- **Caso 2** – Frases desconexas de sua origem: Frida Kahlo escreveu frases que são muito reproduzidas atualmente, tais mensagens estão presentes em trechos de seu diário ou em cartas. Muitas dessas foram escritas em momentos de muito sofrimento para a pintora e ao serem reproduzidas acabam por apagar o sofrimento, pelo contrário, também ganham novas simbologias se tornando muitas vezes até alegres. No exemplo abaixo (ilustração 24) a frase “Pés para que os quero se tenho asas para voar”, levemente alterada no produto escolhido, foi escrita quando Frida Kahlo precisou passar pela amputação de um dos pés. As ilustrações e as cores fazem do produto algo solar e leve. É um movimento que pode facilmente acontecer com a reprodutibilidade de frases e que merece destaque.

<sup>31</sup> Universa, 2019. Disponível em: <<https://ninalemos.blogosfera.uol.com.br/2019/11/04/frida-kahlo-e-pop-vende-produtos-mas-esquecem-que-ela-tinha-deficiencia/>>. Acesso em: 8 de abr. de 2021.

**Ilustração 24 - Bolsa Para que preciso de pés**



Fonte: Loja Mimeria.<sup>32</sup>

- **Caso 3** – Barbie Frida Kahlo (ilustração 25): Talvez esse seja um dos casos mais conhecidos. O caso aconteceu em 2018 quando a linha de bonecas Barbie da Mattel anunciou uma coleção em homenagem ao Dia Internacional da Mulher em que 17 bonecas foram produzidas com referências a mulheres representantes de vários países e profissões, como Katherine Johnson, cientista da NASA, figura importante nos cálculos que permitiram que a Apollo 11 chegasse a Lua em 1969. As críticas foram muitas, desde a estética em que a representação da pintora se aproximou mais da figura da Barbie do que da própria Frida Kahlo, até as questões ideológicas, já que Frida Kahlo como comunista e por sua busca pela autenticidade provavelmente não gostaria de ver sua imagem associada a Barbie e a Mattel. A boneca foi lançada no Brasil com o valor de R\$249,99 e atualmente está sendo comercializada por um valor variável que ultrapassa R\$1.000,00.

<sup>32</sup> Mimeria. Disponível em: <[https://www.mimeria.com.br/Bolsa-Sacola-Frida?utm\\_source=Site&utm\\_medium=GoogleMerchant&utm\\_campaign=GoogleMerchant&gclid=Cj0KCQjwsLWDBhCmARIsAPSL3\\_18fO7zsMVSzSvngLaL9zvohVLbfq-10e11\\_gqSQMBoClzmBDy5ohkaAoXfEALw\\_wcB](https://www.mimeria.com.br/Bolsa-Sacola-Frida?utm_source=Site&utm_medium=GoogleMerchant&utm_campaign=GoogleMerchant&gclid=Cj0KCQjwsLWDBhCmARIsAPSL3_18fO7zsMVSzSvngLaL9zvohVLbfq-10e11_gqSQMBoClzmBDy5ohkaAoXfEALw_wcB)>. Acesso em: 8 de abr. de 2021.

### Ilustração 25 - Barbie Frida Kahlo



Fonte: Mercado Livre<sup>33</sup>

As diferentes reproduções de imagens, narrativas e frases da pintora Frida Kahlo se dão por complexos processos comunicacionais presentes na sociedade midiática em que nos encontramos, constituindo experiências estéticas muito particulares. Por esse motivo é possível ter diferentes interpretações sobre o mesmo produto, já que cada qual tem uma percepção diferente sobre o mesmo objeto. Por mais problemáticas que sejam algumas apropriações estas não devem ser descartadas uma vez que se constituem como reais e possíveis em processos comunicativos.

Se por um lado a reprodutibilidade fomenta a acessibilidade de obras de arte e seus artistas, possibilitando, no caso específico de Kahlo uma forte reatualização que relaciona a imagem da pintora a características de sua personalidade, sendo uma imagem muito utilizada nos feminismos e nas discussões sobre bissexualidade e anticapacitistas. Por outro lado, esse excesso de exposição pode culminar em casos de apagamento em que a aura é colocada em prova, já que se distancia de Frida Kahlo se aproximando muito mais de uma imagem esvaziada, subordinada às lógicas do mercado.

---

<sup>33</sup> Mercado Livre. Disponível em: <[https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1724484258-barbie-serie-mulheres-inspiradoras-frida-kahlo-coleco\\_JM?matt\\_tool=18956390&utm\\_source=google\\_shopping&utm\\_medium=organic](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1724484258-barbie-serie-mulheres-inspiradoras-frida-kahlo-coleco_JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic)>. Acesso em 8 de abr. de 2021.

Esse distanciamento entre Frida Kahlo e sua personalidade se torna evidente de diferentes formas, desde o uso de suas frases que em alguns casos foram escritas em momentos de muito sofrimento e agora são descontextualizadas e reproduzidas de uma forma leve transmitindo a mensagem de superação, ao apagamento de sua deficiência, militância política e sexualidade, como citado acima. Também existe o movimento relacionado as obras da pintora que em sua reprodução são alteradas apagando traços característicos da pintura de Frida Kahlo. Talvez tal movimento seja o mais fácil de ser observado, afinal, com um simples google é possível identificar as características das obras de Kahlo e verificar que grande parte dos objetos de consumo são produzidos de forma a higienizar as obras, fazendo adaptações sem sangue, mais leves, ou apenas optando pela reprodução de algumas obras em detrimento de outras que são mais dramáticas.

Em todos esses casos percebemos o interesse do mercado na busca de produtos mais palatáveis que possam interessar um número maior de consumidores, excluindo traços que possam ser considerados feios, tristes, dramáticos, fortes e muitas vezes até violentos. De toda forma, tais apagamentos geram uma construção diferente sobre Frida Kahlo, a distanciando de suas próprias obras e identidade. No entanto, alguns casos de apagamento são recorrentes até mesmo quando há uma busca de evidenciar as narrativas da forma mais verossímil, principalmente nos casos em que releituras das obras da pintora aparecem mais limpas, sendo escolhidas em sua maioria os próprios autorretratos e não obras como *Umás facadinhas de nada* (1935), *Hospital Henry Ford* (1932), *Meu nascimento* (1932) e outras. O que demonstra que até mesmo em imagens em que há o processo de reauratização, ou seja, que imagem de Frida Kahlo é ressignificada e atrelada a sua identidade, também há um nível de apagamento.

O fato de a reprodutibilidade das obras ser direcionada principalmente aos autorretratos podem ser indicativos de que o foco da reauratização seja a união da obra da artista e sua personalidade, não apenas o interesse pela obra como ocorre com outros artistas como a brasileira Tarsila do Amaral e Edvard Munch<sup>34</sup>. Ambos têm suas obras amplamente reproduzidas, mas não seus autorretratos ou fotografias como ocorre com Kahlo. Tal perspectiva se deve muito às construções midiáticas bibliográficas existentes sobre a pintora, o que permite que ela seja conhecida não só pelo seu trabalho como artista, mas também pela sua personalidade e vivências.

---

<sup>34</sup> Edvard Munch foi um artista do movimento impressionista e expressionista. O norueguês foi o produtor da obra *O grito* (1893), muito reproduzida atualmente e que serve de referência para diversos trabalhos.

Os fenômenos discutidos ao longo do atual capítulo, desde a questão da reprodutibilidade da obra de arte, que ocorre com muitas obras, até o processo de reauratização e apagamento são perceptíveis com a imagem de Frida Kahlo. A problemática da aura e dos valores de culto e exposição (BENJAMIN, 2012) também podem ser observadas nas obras da pintora e suas fotografias. Tais imagens possuem alto valor de exposição já que são intensamente expostas e divulgadas, ao mesmo tempo seus valores de culto e a aura podem ser reconfigurados.

Se por um lado as auras podem ser alteradas e as imagens ter seus significados apagados ou deslocados de contextos por conta da grande exposição, por outro, a exposição permite a divulgação e conhecimento das mais diversas expressões artísticas rompendo bolhas e alcançando mais espaços e diferentes públicos.

As imagens de Frida Kahlo são expostas em variados suportes divulgando ainda mais sua arte. As fotografias expressam a personalidade e relacionam a imagem tantas vezes ilustrada – em algumas situações infantilizada ou representada apenas por uma coroa de flores e sobrancelhas grossas – à uma pessoa real, direcionando para o conhecimento de sua história. No entanto, a imagem da pintora também aparece deslocada de situações bibliográficas e de suas ideologias políticas, ocorrendo o apagamento de características pessoais, como evidenciado neste mesmo tópico logo acima.

Ainda assim, a pintora é muito lembrada por movimentos sociais e políticos. Os usos da imagem da pintora relacionada a esses movimentos a aproximam de questões políticas, reafirmando a personalidade e história de Kahlo, o que no trabalho identificamos como um elo para a reauratização. Ou seja, mesmo muito exposta, a imagem de Frida Kahlo está ligada aos espectadores que consomem sua imagem, seja promovendo novos significados, gerando ou não novos produtos. Trata-se de um processo de pós-produção (BOURRIAUD, 2009a) no qual os espectadores/ consumidores se relacionam com as obras e tal ato reconstitui a aura, que agora não está mais ligada a autenticidade da obra, mas sim nos usos que são sujeitas e às experiências que possibilitam aos seus espectadores.

Nesse caso, torna-se necessário que sejam observadas as produções de sentido considerando-se as identidades, a expressão de si e a busca por uma força que implica na cidadania dos espectadores que se veem representados pela figura em questão. Assim, através de um desejo pela própria afirmação, espectadores buscam em objetos ligados a Kahlo a expressão de como se identificam, seja através do gênero, da origem, da profissão, da

sexualidade, da deficiência e tantos outros fatores identitários. A imagem de Frida Kahlo carrega consigo tais relações identitárias que hoje são partilhadas entre iguais, reafirmando o que se é e no que acredita.

No próximo capítulo, mais uma vez nos voltaremos às experiências estéticas. Enquanto no presente capítulo foram observados os fenômenos em torno da reprodutibilidade da imagem da pintora, no capítulo seguinte o foco se voltará ao espectador que é abordado de forma mais profunda promovendo uma compreensão do processo de recepção dos objetos relacionados à pintura e da produção de sentido com base em teóricos da comunicação, para isso serão discutidas questões como: a emancipação do espectador e seu processo ativo na recepção, a sociedade midiaticizada e, por fim, as mediações que possibilitam as diferentes interpretações sobre os produtos.

### **3 EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NA COMUNICAÇÃO MUDIATIZADA**

Os apontamentos sobre experiência estética na comunicação midiaticizada vêm a ser um complemento das discussões do capítulo anterior, já que esse conteúdo auxilia no entendimento do processo de reauratização. Retomando a estrutura da dissertação: ela foi iniciada com a contextualização sobre quem foi Frida Kahlo, expondo uma pequena biografia, abrangendo sua arte, seu papel na sociedade e sua relação com o feminismo para a promoção de uma atmosfera sobre história da pintora, seus ideais e fatores de identificação mais comuns, lembrando que essa identificação atrelada à política é o elo da reauratização. Seguimos com as discussões sobre a reprodutibilidade de toda imágética relacionada à pintora. Diversos produtos midiáticos, no campo da arte, da academia, do entretenimento e da moda promovem narrativas sobre Frida Kahlo, essas são passadas a diante em um fluxo contínuo de comunicação. Para dar conta dos processos que vão além da reprodutibilidade, mas que ainda se enquadram junto a ela no âmbito recepção é importante a discussão que vem a seguir.

Enquanto no capítulo sobre a reprodutibilidade técnica da imagem da pintora houve uma articulação das teorias de Walter Benjamin (2012) em que um processo técnico pode alterar as configurações estéticas e Nicolas Bourriaud (2009a,b) que apresenta a pós-produção e aproxima a aura da estética relacional, aqui os escritos se voltam para um jogo de recepção e produção de sentidos presentes na comunicação. Será, de fato, um ponto de encontro das ideias que Benjamin propôs ainda nos anos 1936 e a nova configuração da aura de Bourriaud com discussões surgidas no final do século XX a partir de deslocamentos dos estudos de

comunicação que migram “dos meios às mediações”, como elabora Jesús Martín-Barbero (1997).

Aqui se desdobra a ideia de que a aura pode não ser perdida justamente pelo movimento de interação de objetos estéticos com o receptor, de forma que a reauratização ocorre como consequência da experiência estética presente nos processos de produção e percepção estética. A apropriação dos objetos midiáticos devem ser tratadas como um processo que parte da constante ressignificação onde os movimentos de estética se desdobram em novas experiências poéticas.

Sendo assim, aqui a experiência estética compreende três eixos que permitem o entrelaçamento teórico com o capítulo anterior e as ideias de reauratização. O ponto inicial é o papel de espectador emancipado que se mostra como agente do processo de recepção. Logo em seguida as problemáticas de uma sociedade midiática serão trazidas ao texto com o intuito de construir um diálogo entre os fluxos de comunicação e a compreensão sobre os objetos midiáticos. Em sua conclusão a temática das mediações que reforçam a ideia de como pode haver diferentes produções de sentido sobre a pintora Frida Kahlo. Os três fatores permitem a explicação do processo de apropriação dos fenômenos midiáticos por meio do espectador, incluindo até a ideia de que um receptor-produtor e como esses sujeitos são entremeados com tais problemáticas.

Por fim, a discussão também abrange o objeto empírico da pesquisa, as camisetas, que emprestando da moda, inicia a discussão sobre a relação entre consumo e identidade. Além de serem suporte para a imagem de Frida Kahlo, elas são também objetos que promovem um recorte no público, já que são usadas principalmente por públicos jovens e possuem uma relação forte com afirmações ideológicas presentes em suas estampas. O último tópico abraça essas discussões sobre consumo e identidade aproximando a temática ao objeto empírico trazendo as perspectivas do consumo como parte importante não só da expressão da identidade, como também da cidadania, recordando discussões já feitas sobre o consumo e concluindo a ideia de reauratização com a imagem de Kahlo.

A experiência estética se constitui como espinha dorsal da presente pesquisa trazendo o vínculo entre o objeto estético e a percepção estética nos planos da *poesis* e da *aisthesis*. Constituindo dessa forma um referencial teórico para o exame sobre as apropriações da imagem e da obra de Frida Kahlo por parte dos sujeitos em uma sociedade de consumo.

### 3.1 DO RECEPTOR MUDIÁTICO À FRUIÇÃO ESTÉTICA

Os processos comunicacionais em torno de Frida Kahlo acontecem de diferentes formas e não apenas seguindo o modelo funcionalista proposto por Lasswell<sup>35</sup>. Partindo da ideia de um espectador emancipado e ativo, a comunicação passa a ser um “espaço de reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação” (BRAGA, 2012, p. 38) não havendo apenas um produtor, um receptor e uma mensagem, mas abrangendo todas as possibilidades de uma produção de sentido. Muitas vezes há um deslocamento do sujeito no processo de comunicação. Ora o sujeito se vê como receptor, ora como produtor de conteúdo. Esse procedimento se torna ainda mais natural nas redes sociais digitais.

Seguindo o raciocínio das teorias da Escola de Konstanz, da estética e poética da recepção, compreendemos o espectador como sujeito central e ativo no processo de comunicação. Parte central, vale lembrar, pois o processo se finaliza com cada qual, podendo gerar diferentes interpretações além da esperada pelo produtor da mensagem. A preocupação migra do processo de transferência da mensagem, para a forma como essa será recebida, ou seja, reconhecida pelo sujeito interpretante. Indispensável, o espectador precisa se prontificar para receber e se apropriar da mensagem.

Com a Escola de Konstanz há uma preocupação maior com a problemática da recepção “do confronto com a obra”, “uma passagem de uma ‘*poiesis*’ para uma ‘*aisthesis*’” (CRUZ, 1986, p. 57). O primeiro momento - de *poiesis* - remete ao intuito do produtor: quais sentidos desejam-se criar com a mensagem. O segundo - de *aisthesis* - enviado pelo receptor, relacionado à compreensão pelos sentidos. O processo de recepção está condicionado as possibilidades de interpretação, logo é um movimento de encontro entre a percepção do espectador com a mensagem produzida, sem garantias que essa mensagem será interpretada da maneira esperada pelo produtor.

Compreende-se que cada qual tenha uma interpretação diferenciada e que o processo de recepção é também um processo gerador, em que o espectador é capaz de criar a partir das interpretações feitas sobre o objeto consumido. Os sentidos são criados nos processos de recepção, e não só na produção, colocando em perspectiva a interpretação e os processos de decodificação e apropriação da mensagem. A própria recepção (*aisthesis*) pode se desdobrar em uma *poiesis*, já que o espectador produz sentidos ao interpretar e se apropriar da mensagem,

---

<sup>35</sup> O modelo comunicacional de Lasswell foi desenvolvido em 1948 por Harold Lasswell. Consiste na ideia de uma comunicação linear passando por: quem, diz o quê, por qual canal, a quem, com qual efeito?

como argumenta Barros (2012b) ao discutir a transformação da experiência estética em experiência poética.

Assim, a imagem de um espectador emancipado emerge. Um receptor que não recebe a informação de forma passiva, aquele que “observa, seleciona, compara, interpreta. Relaciona o que vê com muitas outras coisas que viu em outras cenas, em outros tipos de lugares” (RANCIÈRE, 2012, p. 17). A variedade de produtos midiáticos que constroem a imagem de Frida Kahlo permite que exista um universo em que o espectador pode ter acesso à diferentes materiais e narrativas, podendo assim construir uma imagem própria sobre quem foi a pintora de acordo com os conteúdos acessados com as relações que Rancière elaborou. Logo, a produção de sentidos ocorre de fato quando o receptor se predispõe a isso.

A ideia de um sentido que é construído pelo seu espectador nos leva a acreditar que dentro desse processo a construção pode variar dependendo da mensagem e daquele que a recebe. Cada produto é uma própria interpretação sobre Frida Kahlo, ressaltando características, iluminando pontos chave. Se o espectador consome o filme hollywoodiano, o filme mexicano, uma reportagem da editoria de cultura, um texto em um blog feminista, ou um livro infantil, o sentido poderá ser diferente para cada produto. Além do produto, as mediações culturais trazem a ideia de que cada indivíduo produz seu sentido variando seu conhecimento anterior sobre a pintora ou pontos de destaque na mensagem, as mediações auxiliam nesta compreensão e serão o foco da discussão do item 3.3 deste capítulo. Ao longo da pesquisa algumas características da pintora serão destacadas pois são as associações mais populares relacionadas à Kahlo: a relação com o feminismo, a bissexualidade, o relacionamento conflituoso com Rivera, a performatividade de gênero, a construção da própria narrativa, a arte e suas obras.

Ao tratar a produção de sentidos, a recepção não se limita à decodificação da mensagem recebida, mas também abrange as interpretações e apropriações feitas pelos espectadores, “o sentido não está, portanto, no limite composto meio-mensagem; mas, presente nas dinâmicas que envolvem os sujeitos do processo comunicacional” (BARROS, 2012, p. 90). Sendo assim, constrói-se a ideia de que um receptor pode também ser produtor de uma mensagem e são vários os exemplos em que isso ocorre de forma explícita desencadeando de fato em um novo produto. A identificação e recepção inicial podem ser apenas um ponto de partida para o desenvolvimento de um novo objeto, uma alteração em algum produto, a criação de um grupo que contemple o nome de Kahlo e até mesmo a reprodução de imagens, ação comum nas redes sociais em que há compartilhamentos de ilustrações e fotografias e divulgação de textos escritos sobre a personagem em questão.

Lembrando que em *Obra aberta* Umberto Eco (2010) já usava a expressão *fruição* para denominar a compreensão criativa da recepção, portanto mais do que um receptor convém falar de um espectador. Para Eco (2010, p. 40) “uma obra de arte é um objeto produzido por um autor que organiza uma seqüência de efeitos comunicativos de modo que cada possível fruidor possa recompreender”. Logo, é esperado que o espectador através das suas capacidades sensíveis tenha um entendimento sobre a obra, mas esses entendimentos são variáveis já que no momento de “fruição” cada um pode trazer consigo “uma situação existencial concreta, uma sensibilidade particularmente condicionada” (ibidem, p. 40) e outras questões de origem cultural e pessoal que interferem na leitura da obra “de modo que a compreensão da forma originária se verifica segunda uma determinada perspectiva individual” (ibidem, p.40). Sendo a fruição “uma interpretação e uma execução, pois em cada fruição a obra revive dentro de uma perspectiva original” (ibidem, p. 40).

A “fruição” de Eco vai ao encontro da “pós-produção” de Nicolas Bourriaud (2009a), já apresentado no capítulo anterior, que se refere às apropriações de materiais já existentes para a concepção de novos, uma reformulação de obras, que possuem exemplos das artes plásticas à música sendo exemplificados pela forma de criação dos DJs. Relacionado às falas de Walter Benjamin, o conceito de pós-produção está diretamente ligado à evolução da tecnicidade e a popularização das obras que no contexto atual percorrem ambientes sem a preocupação de se dar nomes ou título de propriedade para o autor. No contexto da pós-produção, a utilização das obras em novos projetos não busca um fim da obra em si, a sua destruição, mas sim o seu renascimento por assim dizer, para Bourriaud (2009a, p. 39) as obras “não são consideradas obstáculos, e sim materiais de construção”.

De acordo com o autor, existem narrativas que traduzem a sociedade, estilos de vida, relações, vínculos, ideologias. Essas narrativas se fazem presentes nos produtos culturais e no cotidiano, mas a arte “propõe outros percursos dentro da realidade, com a ajuda das próprias formas que materializam essas narrativas impostas” (BOURRIAUD, 2009a, p. 50) e é justamente nos processos de “fruição” em que se estabelece “o uso do mundo que permite criar novas narrativas”. Assim, essa produção advinda de produtos já existentes os atualiza incluindo traços característicos de cada qual, de um novo tempo, novos estilos de vida, em uma busca de redirecionamento da narrativa já presente na obra que representa um mundo questionado.

Por fim, o espectador possui autonomia para produzir sentido, como um espectador emancipado que compreende e questiona seu papel diante dos objetos e percebe que até o simples olhar é uma ação transformadora e que também “participa da performance refazendo-

a à sua maneira” (RANCIÈRE, 2012, p. 17) podendo ser “ao mesmo tempo espectadores distantes e intérpretes ativos do espetáculo que lhes é proposto” (ibidem, p. 17).

Depois de trazer a ideia de um espectador emancipado e como ele é considerado no contexto da pesquisa, vamos permanecer no universo da experiência estética necessário para compreensão do fluxo de ideias relacionados à reauratização de Frida Kahlo. O próximo tópico se voltará para a midiaticização retratando os processos comunicacionais complexos aos quais estamos inseridos. Não se trata de uma linearidade muito menos do enrijecimento da comunicação e dos sujeitos envolvidos na mesma, mas sim da complexidade de sistemas diferidos e difusos com uma grande variedade de suportes e dinâmicas.

### **3.2 MIDIATIZAÇÃO**

Ao falar sobre Frida Kahlo no contexto da comunicação pensamos nas variedades de processos comunicacionais envolvendo a pintora. São mensagens que atravessam diferentes meios e públicos, partindo da grande mídia, como jornais tradicionais, e até mesmo um modo mais dinâmico como uma conversa ou um comentário em uma rede social digital. Como já dito ao longo dos capítulos 1 e 2, a personagem é documentada em autorretratos, fotografias, filmes, livros, materiais jornalísticos, tanto no impresso quanto no audiovisual e em outros meios e suportes.

Em uma sociedade midiaticizada com essa diversidade de suportes, expressões e códigos, há uma expansão dos processos comunicacionais que não ficam restritos a determinados grupos. É possível consumir livros, filmes, músicas, ilustrações, o que expandem as narrativas para crianças, jovens, adultos em suas diferentes classes e abrangências. A midiaticização não se refere apenas ao fator da mídia em si, seus suportes ou tecnologias. Braga (2006, p.22) afirma que são processos inerentes à sociedade: “desde as primeiras interações midiaticizadas, a sociedade age e produz não só com os meios de comunicação, ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social. Trata-se dos movimentos comunicacionais geridos pela sociedade, dos comentários e dos usos dos produtos midiáticos lembrados acima.

De acordo com Braga há três sistemas atrelados à comunicação, o primeiro e o segundo são os já conhecidos sistemas de produção e recepção. O terceiro, é o “sistema de resposta social”, que implica nas interações sociais sobre a mídia. Uma das características desse sistema é a circulação diferida e difusa: “os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente

direcionando a cultura” (BRAGA, 2006, p. 27). Logo, a midiatização abarca as relações sociais em torno de processos comunicacionais complexos em que a sociedade cria e se apropria de mensagens e códigos, muitas vezes sem definir ao certo quem disse o quê, qual seria o canal da mensagem, a quem se destinaria a mensagem e qual o efeito esperado pelo produtor. Por isso a complexidade: trata-se de um procedimento de difícil controle, já que passa por sujeitos independentes que podem compreender, ignorar ou redirecionar as mensagens.

Essas movimentações permitem que Frida Kahlo seja recontextualizada, assumindo um novo sentido social com as relações que lhes são atribuídas. Como exemplo desse movimento, podemos destacar o uso de algumas frases e imagens de Kahlo que ganham novas roupagens e se deslocam do contexto original, como descrito no capítulo anterior dessa dissertação, no item 2.4.3, intitulado *Casos de apagamento*.

Além do uso em objetos com frases deslocadas de seu contexto, novos sentidos aparecem de diferentes formas como críticas de arte, matérias sobre exposições, comentários e compartilhamento de imagens em redes sociais nos quais a pintora é associada a temas políticos e lutas sociais. Para Braga (2012, p. 49) a recontextualização é um processo em que

as referências habituais se encontram deslocadas ou complementadas por referências menos habituais – fazendo com que os próprios circuitos em desenvolvimento elaborem e explicitem os contextos requeridos para atribuição de sentidos aos produtos e falas que circulam.

Assim, objetos midiáticos, como filmes, produtos jornalísticos e outros produtos da sociedade midiatizada compõem suas narrativas por meio de produções bibliográficas de Frida Kahlo, incluindo seus autorretratos. Isso gera conteúdos que são apropriados pelos espectadores (como foi explicado no tópico anterior com o conceito de pós-produção) o que pode promover ou não uma volta para as obras de Frida Kahlo ou um empenho em saber mais sobre a vida da pintora. Nessa busca por mais informações, o processo de percepção já vai carregado de inferências e novos sentidos que (primeiro) já foram atribuídos pela mídia e (segundo) pelo próprio público. Complementando, com Barros (2012, p. 97), “as mensagens veiculadas na mídia se transformam quando os receptores se apropriam delas; não só por conta dos movimentos de interpretação, mas também da circulação e das apropriações sociais que elas experimentam.”

A midiatização de Frida Kahlo ocorre com tais articulações, discussões, produções de novas mensagens e objetos promovidos pelos sujeitos. Há uma circulação de mensagens e produtos que atravessam circuitos e campos, sejam eles relacionados à história da arte, conteúdos culturais, problemas sociais e questões políticas, o que garantem uma complexidade

e diferentes olhares sobre o mesmo objeto. Temos uma circulação de fluxos em dois sentidos, como afirma Braga (2012, p.48) “[o primeiro sentido] pela variedade de ambientes atravessados; [e o segundo] pela diversidade de processos, meios e produtos articuláveis ao circuito”.

### **3.2.1 CIRCUITOS E CIRCULAÇÃO**

Como já detalhado acima, a comunicação não se finda com a recepção da mensagem e novos processos podem-se desdobrar por meio desse, afinal as interações são contínuas e um objeto pode se tornar foco de um novo processo comunicacional. Para Braga (2012) esse desdobramento pode ocasionar em um produto, podendo ser um registro, um texto, um vídeo, anotações, ou até mesmo como memória, falas e gestos. O que foi recebido se torna então uma referência para outras interações. Assim, as mensagens são deslocadas e realocadas em outros movimentos e fluxos de comunicação. As mensagens e seus códigos circulam operando em novos formatos e ambientes. E com isso a produção de sentidos extrapola o plano sintático-semântico e alcança o plano semântico-pragmático. Ao falar sobre circulação admitimos que a comunicação possui “deslocamentos, arestas, rupturas, continuidades e conflitos” (GROHMANN, 2020, p. 2). O movimento comunicacional com a imagem de Frida Kahlo se relaciona aos escritos de Braga sobre as ações da sociedade

a sociedade elabora (sempre através de tentativas comunicacionais de criação, de ajuste e de aperfeiçoamento) processos mais ou menos reiterados de conexão e de tensionamento entre diferentes tipos de episódios – desenvolvendo assim lógicas articuladoras entre os dispositivos interacionais (BRAGA, 2012, p. 44).

Os produtos comunicacionais muitas vezes são gerados por meio de pontos de articulação de ideias já presentes em outros objetos midiáticos somados ao que o sujeito possui em seu imaginário. A relação entre personagens e o que simbolizam também estão atreladas ao momento histórico e social o que direciona por exemplo a crescente reprodutibilidade da imagem de Frida Kahlo em um momento em que o movimento feminista se aproxima de questões como o empoderamento feminino. Essa reprodutibilidade vem sendo crescente e se dá em muitos dispositivos que também acompanham a evolução tecnológica, presentificando-se naquilo que a sociedade faz uso, iniciando por obras, fotografias e livros, passando pelo cinema, alcançando as redes sociais e objetos de consumo. As conexões entre diferentes dispositivos fazem parte da ideia de circuitos da sociedade em midiaticização, que se referem aos muitos atravessamentos que ocorrem durante uma comunicação.

O pensamento de Braga também é ilustrado quando o autor diz “a cada ponto nodal ou ‘estação’ identificável, são realizadas ações interacionais, adjunção de códigos, geração de inferências – desenvolvendo, portanto, outros sistemas de relações entre os componentes aí articulados” (BRAGA, 2017, p. 45). Na prática, os processos referidos pelo autor são as interações que os sujeitos promovem com uma mensagem, articulando a mensagem recebida com os conhecimentos prévios e transmitindo-as.

Após o contato com um objeto, os participantes do processo comunicacional podem, então, acrescentar conhecimentos prévios e articulá-los de forma a criar um produto. Criam-se ideias sobre personagens, narrativas e suas características que são continuamente apropriadas ou descartadas, resultante de um movimento de circulação não só da mensagem como também de objetos, permeados por esses circuitos. Cabe a citação de Braga (2017, p. 48).

Nesse fluxo, o produto ocupa um lugar especial por sua materialidade e consequente facilidade de captura para observação e inferências. Mas, apesar dessa especificidade, o produto não é ‘o objeto inicial’ de um percurso a ser seguido. Seria antes um ‘momento’ (particularmente feliz, por sua materialização) de um circuito que começa antes e continua depois – passando a carregar a configuração que se formalizou no modo reconhecível de produto (ou seja: registro disponível e durável).

Essa movimentação nos remete à ideia de “fluxo adiante” (BRAGA, 2012, p. 39). Braga explica que este funciona de diferentes formas

desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples ‘conversa de bar’ sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas.

De certa forma, o fluxo adiante reforça a ideia de uma *aisthesis* que se torna *poiesis*, um reposicionamento do espectador que interpreta e tem suas próprias opiniões sobre os objetos consumidos e que cria sua própria comunicação dando continuidade a um fluxo. O fluxo adiante pode acontecer, conforme o exemplo já citado por Braga, com uma resenha sobre o filme *Frida* em uma rede social, um comentário com algum amigo, a criação de uma arte que tenha como inspiração um livro sobre a pintora ou então uma releitura de um dos autorretratos de Frida Kahlo.

Os produtos gerados por esses fluxos comunicacionais e circuitos indicam como funciona a apropriação de mensagens por parte dos atores envolvidos na comunicação. Os elementos aplicados ou apagados, os códigos reapropriados nessas mensagens são mais úteis para entender o fenômeno do que apenas delimitar o seu funcionamento. Quando percebemos

as características de Frida Kahlo que são ressaltadas nos últimos anos observamos as inferências promovidas, identificando o feminismo, as questões de gênero e sexualidade como ponto chave da relação entre Kahlo e os consumidores. A ênfase se dá no fenômeno produzido pela sociedade que reage participando ativamente dos processos comunicacionais, trazendo Frida Kahlo para o contexto atual.

Para ilustrar as pesquisas de Braga podemos desenhar um processo de produção de sentidos envolvendo a pintora Frida Kahlo. Uma pessoa pode ter acesso ao filme *Frida* (2002) e por meio dele absorver algumas informações sobre a personagem: trata-se de uma artista, mexicana, que sofreu um acidente e teve problemas de saúde, sabe-se também que ela se veste de forma exótica. Após assistir ao filme, a pessoa faz uma busca no Google e encontra fotografias da pintora e os autorretratos, também descobre que algumas dessas obras foram expostas no Brasil há poucos anos. Após se desconectar da internet, o filme se torna comentário na mesa de jantar, inclusive, o “espectador” faz um comentário sobre a trilha sonora do filme, depois ele descobre que a trilha sonora foi premiada com um Oscar no ano de 2003, ele encontra uma das canções em um serviço de *streaming* de música. Alguns dias depois, nosso personagem em questão decide fazer uma ilustração e escolhe Frida Kahlo como musa, ilustra o rosto da pintora, acrescenta as cores da bandeira do México e o trecho da canção que ele havia gostado. Por fim, ele divulga a ilustração na sua página do Instagram e adiciona a *hashtag* Frida Kahlo (#fridakahlo). Posteriormente essa ilustração pode ser compartilhada por seus amigos e até mesmo salva e impressa, tornando-se presente na decoração de um ambiente. Em diversos momentos do processo o espectador não manteve apenas essa função e foi também produtor.

Com o exemplo percebemos a complexidade da comunicação, os diferentes circuitos existentes e a circulação. São processos contínuos, sem início ou fim definido, já que os códigos se conectam com aqueles com quem se teve acesso em outros momentos e poderão se conectar com uma variedade maior de sujeitos no futuro. São diferentes circuitos que auxiliam na criação de uma Frida Kahlo que pode variar de acordo com o imaginário de cada um, de acordo com os circuitos que os atingiram e dos campos em que permeiam e fazem parte.

Para Fausto Neto (2010, p. 11) a circulação é vista como os “pontos de articulação” entre produção e recepção, “é nomeada como dispositivo que é levado em conta para realização do trabalho de negociação e de apropriação de sentidos, regidos por divergências e não por linearidades”. A circulação retrata um modelo comunicacional mais complexo e profundo no qual a comunicação ocorre marcada por esses pontos de articulação baseados em “oferta e reconhecimento” dos envolvidos no processo.

Com a tecnologia, os novos dispositivos capacitam e facilitam os sujeitos como produtores “muda o seu status e suas relações com os nichos em produção, a partir de uma específica inserção que resulta das disposições e das injunções do trabalho da circulação” (FAUSTO NETO, 2010, p. 13). Esse movimento se evidencia de várias formas, são exemplos o uso de serviços sob demanda, como *Netflix* e a brasileira *Globo Play*, plataformas nas quais se pode consumir e produzir vídeos, como o *TikTok* e *YouTube*, redes sociais digitais, ambientes virtuais em que se criam e compartilham conteúdos facilmente.

Cria-se uma rede de comunicações e não mais uma linha ou um único processo. A “mídia” não está mais colocada em um papel fixo, ativo, de produtora, da mesma forma que a “sociedade” não se encontra engessada em seu papel de espectadora (BRAGA, 2012, p.22). A criação de conteúdo, principalmente depois dos desenvolvimentos tecnológicos relacionados ao digital, tem um grande avanço que permite a autonomia dos sujeitos presentes nos atos comunicacionais. Pode-se agora divulgar assuntos pouco evidentes nas grandes mídias, denunciar ações, reivindicar direitos. Ou seja, a resposta social se torna mais difusa.

Voltando aos escritos de Fausto Neto (2010) a pouco citados, pode-se direcionar o próximo tópico. A comunicação como ponto de articulação entre oferta e reconhecimento recai nas mediações comunicativas, estas são atravessadas pelo reconhecimento e atravessam a comunicação e a experiência estética. O estudo sobre a produção de sentidos agora se aprofunda naquilo que desperta interesse e gera o entendimento no sujeito do ato comunicativo, que expressa através da sua leitura de mundo uma produção ou uma recepção que varia de acordo com cada indivíduo ou grupo social.

### **3.3 MEDIAÇÕES**

A ideia de mediações de Jesús Martín-Barbero (1997) parte da proposta de observar a comunicação com toda sua complexidade. Se somos um povo complexo, permeado de dualidades e intersecções que se cortam e se unem, mesclam-se, como nossa comunicação poderia ser tão diferente? Por meio da perspectiva de Martín-Barbero o debate sobre a comunicação se desloca dos meios para as mediações, que são “as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 258).

As mediações também partem, assim como as outras teorias já citadas, da ideia de um espectador ativo e atuante na comunicação. Martín-Barbero questiona algumas teorias sobre a

comunicação pela falta de atenção em todos os seus âmbitos e dos conflitos presentes na mesma “entre os emissores-dominantes e receptores-dominados, nenhuma sedução, nem resistência, só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem-texto nunca atravessa por conflitos e contradições, muito menos por lutas” (1997, p. 279). O trecho indica que Martín-Barbero fala de uma comunicação de papéis maleáveis entre emissores e receptores em que há conflitos, resistências e atração, não de receptores facilmente manipuláveis que recebem as informações passivamente, nem de produtores diabólicos que buscam dominar os receptores.

As teorias da escola de Konstanz refletem no pensamento do indivíduo, como cada qual pode ter um papel importante nos processos de comunicação, participando como receptores ativos e até mesmo como produtores em determinados momentos. Reforçando que o processo comunicacional depende do leitor que vai interpretar, decodificar o texto e que com ele se constitui de fato o movimento de *aisthesis*. Para falarmos de mediações, podemos pensar que essas são em certo momento a continuidade do primeiro pensamento: de fato o processo comunicacional se dá também no espectador, mas nesta última, a recepção é olhada através da coletividade. Não só nos indivíduos, mas nas interações sociais que podem atravessar os processos de decodificação e interpretação, o que leva à aplicação de uma gama de multiplicidade de fatores que constroem os sentidos.

Além do olhar sobre a recepção, Martín-Barbero abarca toda a comunicação, incluindo as lógicas de produção, formatos industriais e as matrizes culturais. Seus mapas são modelos que abrangem desde a sociedade até a mídia, englobando todo processo comunicacional, questionando a dominação, produção e trabalho (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 288). O que por fim, promove a ideia de que a recepção está atrelada ao processo de produção, “a pesquisa de recepção tangencia os processos produtivos da indústria cultural” (RONSINI, 2010, p.1). Há uma interferência mútua nos processos de recepção e produção, em que um se apropria do outro.

Em *Dos meios as mediações*, Martín-Barbero (1997) utiliza as mediações para compreender o funcionamento da televisão e mesmo que aqui o objeto não seja o mesmo, a compreensão sobre as mediações explícitas no texto são importantes e podem ser também vistas em outros objetos da comunicação. Martín-Barbero as trata como “a origem das construções que delimitam e configuram a materialidade social e expressividade cultural da televisão” (1997, p. 292), o ponto inicial da construção da produção de sentido em que se expressam componentes culturais e sociais da sociedade.

A comunicação carrega consigo a expressão de um povo, são as chamadas mediações culturais da comunicação que são divididas em três esferas: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural (MARTÍN-BARBERO, 1997). Quando o autor investiga as mediações comunicacionais da cultura são identificadas novas mediações: a tecnicidade, institucionalidade, socialidade e ritualidade. Essas últimas, segundo Barros (2019, p.40) ressoam nas teorias de mídiatização da sociedade, tendo relação com as discussões do tópico anterior, principalmente no entendimento de que a produção de sentidos vai além da recepção e produção de uma forma linear, constituindo um processo fluído explicado na ideia de circulação social.

O autor também traz o conceito de mediadores culturais que se aplicam nesta pesquisa, estes são figuras “institucionais e tradicionais – a escola, a família, a igreja, o bairro” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 230) e além desses, novos atores e movimentos sociais, como o movimento das Pessoas com Deficiência (PcD) e o feminismo que se aproximam da pintora Frida Kahlo que “introduzem novos sentidos do social e novos usos sociais das mídias” (idem, 1997, p. 230). Essas interações são bem perceptíveis em redes sociais digitais que são ambientes em que o sistema de resposta social se torna ainda mais facilitado e prático para os usuários que podem formular críticas e nos dar novas informações sobre fatos pouco conhecidos, é aqui que surgem discussões e pedidos de revisão como nos casos mostrados no capítulo 2, em que há apagamentos de características que são consideradas importantes na figura de Frida Kahlo.

A partir da ideia de mediações culturais na comunicação de Jesús Martín Barbero (1997), Guillermo Orozco Gómez (2005) propõe alguns chaveamentos que auxiliam na prática da compreensão da temática. As mediações buscam articulações que podem alterar os efeitos nos processos comunicacionais. Orozco aborda cinco mediações, são elas: as mediações vídeotecnológicas que abrange os recursos técnicos da mídia em questão, no caso de Orozco a mídia era a TV, por isso vídeotecnológica; depois o autor trata da mediação cognitiva e traz a ideia de *script* para explicar que “capacidades, história e condicionamentos genéticos e culturais” se entrecruzam no processo de recepção, promovendo nesse caso, encaminhamentos esperados pelos espectadores, em geral esses encaminhamentos se relacionam à sequência e são desenhados de forma social.

A mediação situacional expressa as diferentes situações em que se pode ter acesso a determinado produto, no caso da TV por exemplo, existem várias situações que podem interferir no processo de recepção como a rotina da casa; A mediação institucional, como o próprio nome

indica, aborda as instituições sociais que podem interferir nos processos de compreensão, por último, as mediações de referência em que interações específicas são consideradas, gênero, sexualidade, etnia e idade são alguns dos exemplos dessas interações (OROZCO GÓMEZ, 2005). Tais mediações serão mais bem aprofundadas na segunda etapa da análise que estará presente no capítulo 5.

As mediações e o reconhecimento se atravessam compondo dinâmicas de produção de sentido. Ambos se relacionam à nossa identidade, ao lugar que ocupamos no mundo: como produtores e consumidores, as origens geográficas e territoriais que marcam nossa sociedade e cultura auxiliando nas produções de sentido. O reconhecimento está presente nas características que construímos como sociedade, aquilo que vemos no outro e em nós, aquilo que queremos nos aproximar e ser identificados. As mediações culturais da comunicação “refletem em sua essência os elementos constitutivos da identidade dos indivíduos e grupos sociais, que compõem nos processos de produção de sentidos e reconhecimento” (BARROS, 2019, p. 40).

Explicando o uso das mediações relacionando-as com nosso objeto de pesquisa, há uma tentativa de compreender o processo de recepção e (re)produção das mensagens relacionadas à Frida Kahlo. Como há inúmeras narrativas sobre a pintora o entendimento sobre mediações nos auxilia a compreender a produção de sentido. São estudos que explicam o porquê de grupos possuírem diferentes interpretações sobre quem foi a pintora e o que sua imagem representa. A diversidade de produtos envolvendo a vida e obra da pintora Frida Kahlo em que cada um pode expressar uma faceta sobre a personagem ressaltando sua vida amorosa, sua carreira e suas obras somadas as diversas mediações resultam nas múltiplas Fridas existentes. Em algumas dessas mensagens ela pode ser retratada como comunista, bissexual, como vítima ou guerreira. Todas as narrativas passam por seu processo de leitura de mundo tanto na produção quanto na recepção.

Através dessas narrativas se (re)conhece Frida Kahlo e por meio do processo há muitas possibilidades de interpretação sobre a pintora e formas de como repercutir sua biografia, obra, imagem, frases e outros fatores que expressam sua personalidade. Logo, apagamentos e realces são comuns e esperados, já que parte do sujeito envolvido no processo comunicacional determinar qual ponto lhe é útil e chama atenção, ganhando o mérito de ser exposto novamente. As mediações atravessam tais processos de inúmeras formas, mas em geral, ela chama atenção

para a recepção já que uma única mensagem pode gerar diferentes interpretações, afinal, cada indivíduo se encontra em um círculo de mediações.

Os usos das mensagens são intrinsecamente relacionados à situação sociocultural dos receptores “que reelaboram, ressignificam, ressemantizam os conteúdos massivos conforme sua experiência cultural [e] suporte das apropriações” (JACKS, 1996, p. 47). Nesse ponto a questão das mediações se liga explicitamente à midiaticização e a relação de circuitos e circulação, pois os diferentes conteúdos midiáticos que são apresentados para a sociedade também se configuram como mediações comunicativas da cultura. A cultura, o acesso a outros conteúdos e a forma como se dá esse acesso são fatores que ocasionam em diferentes interpretações.

Ao pensar em cultura se abrange todas as camadas de um grupo: fatores econômicos, de gênero, políticos, sociais, etários, étnicos e outras intersecções que podem vir a interferir nas interpretações possíveis de um objeto. No caso da pesquisa pode-se observar os seguintes recortes: político, de gênero, de sexualidade. As determinantes econômicas podem interferir principalmente no produto a que se tem acesso: o produto licenciado, à uma exposição de arte, ao museu Frida Kahlo, indo de encontro com camisetas, bottons e ímãs, objetos mais populares e de fácil acesso.

O consumo desses objetos promove uma comunicação entre iguais, uma partilha do sensível (RANCIÈRE, 2005) recortada pelo reconhecimento, primeiro a identificação do próprio eu, o que sou e como sou, depois o reconhecimento com Frida Kahlo, o que se tem em comum, a latinidade, a ancestralidade, o viés artístico e criativo, ser mulher, ser resiliente. O consumo do objeto, que se dá de muitas formas, desde a compra de um objeto de consumo, até o compartilhamento de uma imagem, ou assistir um filme, a leitura de um livro e o uso desses objetos, vestir a camiseta, usar a bolsa, tatuar uma imagem no próprio corpo, remete à capacidade desse objeto comunicar aos outros quais são seus gostos e suas possíveis identificações. Assim, esses objetos também permitem que o outro (re)conheça o consumidor, seja pelo fato de conhecer Frida Kahlo, ou de acreditar que o consumidor se identifique com uma das características da pintora. Os usos de um objeto além de carregarem consigo uma produção do sentido no ato da compreensão sobre a personagem, também promovem uma comunicação, uma troca de ideias que dentro desses processos vão sendo renovadas e ressignificadas.

Em relação às mediações em torno dos produtos relacionados à Frida Kahlo (aqui incluindo todos os produtos em suas mais diferentes configurações), pode-se identificar que

uma única característica pode ser interpretada de formas distintas. É o caso polêmico sobre a pintora ser ou não ser feminista. Para muitos o seu relacionamento à distância de um movimento que preza de emancipação das mulheres já que muitos observam a dependência de Kahlo em relação ao marido Diego Rivera. Em contrapartida, muitas mulheres veem a relação como abusiva, nesse caso Frida Kahlo é uma vítima, o que a conecta com a história de outras mulheres que passaram por situações parecidas em que o cônjuge não apresentava responsabilidade afetiva. O feminismo também pode ser entrelaçado ao fato de a pintora frequentar espaços restritos a homens, ao empoderamento e a suas obras. A bissexualidade de Frida Kahlo e a performatividade entre os padrões do masculino e do feminino podem se encaixar em toda amplitude da sexualidade.

Um ponto fundamental para que esses entendimentos sejam produzidos é o prévio conhecimento sobre a biografia da pintora. Sem esse entendimento a imagem se esvazia das codificações biográficas e são formuladas de outras maneiras, talvez não pela crítica e inferência do receptor, mas sim pela inferência do produtor na mensagem. Assim, os produtos midiáticos são o primeiro contato do receptor com a pintora. O filme, a exposição, notícias, camisetas ou outros objetos podem gerar a curiosidade sobre a personagem ou evidenciar que a figura já conhecida por meio de imagens, pode-se concluir que se tratava de uma pintora ou uma pessoa com deficiência, por exemplo. Depois desse contato inicial, o receptor pode buscar informações complementares e descobrir outros pontos que não estiveram presentes no material consumido.

São muitos cenários a serem explorados, dentre eles: a de um receptor que não conhece nada sobre Frida Kahlo, ou algum que já viu a imagem da pintora, que conhece parcialmente sua história ou apenas fatos isolados de sua biografia. Quando o espectador que tem amplo conhecimento sobre a personagem, pode até criticar a falta de uma inferência por parte dos produtores das mensagens, como em casos em que nas ilustrações Frida Kahlo não é colocada como portadora de deficiência locomotiva e os fãs que conhecem sua deficiência indicam o apagamento dessa característica, reforçando a aparição de Frida Kahlo com cadeira de rodas, muletas e bengalas.

As ilustrações presentes nesses objetos permitem identificar possíveis relações identitárias entre consumidores e as camisetas, assim como o próprio uso do produto que nesse caso é mais consumido entre o público jovem. Os objetos de consumo muitas vezes não são utilizados apenas para a sua função lógica, mas também carrega com eles fatores sógnicos capazes de indicar gostos, cultura, costumes, hábitos, estilo de vida e grupos ao qual pertencem

seus consumidores. Assim, inicia-se uma aproximação das ideias do trabalho com as lógicas de estudos do consumo e articulações entre objetos e consumidores. Para isso, o tópico a seguir abordará a camiseta e seu papel na pesquisa para posteriormente aprofundar as ideias sobre consumo indicadas ao longo dos capítulos anteriores.

### **3.4 VESTIR-SE DE QUEM SE É**

Pensar no vestuário como uma futilidade se torna uma falácia, assim como o pensamento direcionado apenas a funcionalidade das peças. Não é exclusivo da atualidade relacionar peças do vestuário a inúmeras questões além das já citadas, desde políticas e econômicas, ou seja, os trajes são também símbolos e expressam mensagens. Até o século XIX, tais peças não eram democráticas e o vestuário era um dos principais fatores de indicação das classes sociais de seus portadores (CRANE, 2009). Até o século XVIII as roupas eram artigos de luxo e eram raros os casos de pessoas que possuíam mais de um conjunto de peças. Além da quantidade de peças, as características e materiais também eram significativos “nesse período leis suntuárias especificavam os tipos de material e ornamento que podiam ser usados por membros de diferentes classes sociais” (CRANE, 2009, p. 24). Em sociedades pré-industriais as roupas não só afirmavam a posição social do indivíduo, mas também o gênero, ocupação e origem regional.

A própria Frida Kahlo, figura tão importante para essa pesquisa, utilizava trajes com dois intuitos além do convencional trajar-se. As saias longas eram usadas para esconder a perna atrofiada em decorrência da poliomielite contraída ainda na infância. Mas não só por sua vaidade e desejo de discrição, a pintora também utilizava suas roupas como forma de expressão ideológica, evidenciando sua adoração pela cultura nativa utilizando muitos trajes Tehuanos (ilustração 26), fazendo usos de rendas, as já citadas saias longas e babados, como podemos ver na imagem abaixo. Optar por trajes da cultura nativa mexicana em detrimento das roupas da “moda” inspiradas em culturas europeias era também uma forma de afirmar que a cultura nativa era também passível de adoração tanto quanto as de países colonizadores. Assim, as roupas e acessórios de Frida Kahlo também faziam parte da composição e expressão da própria identidade.

### Ilustração 26 - Trajes Tehuanos



Fonte: HisOur<sup>36</sup>

Ao longo do trabalho temas distintos como arte, comunicação e experiência estética são abordados. As camisetas, parte do vestuário contemporâneo serão trazidas de forma a ser o suporte de ilustrações, como também possibilidades de expressão adotadas principalmente por jovens. Logo, as camisetas, objetos originalmente do campo da moda, são o veículo, a mídia para uma expressão artística e uma conexão entre Frida Kahlo e consumidores.

As pesquisas que envolvem tal objeto e a comunicação podem se entrelaçar de diferentes formas, como Calza (2009) evidência ao afirmar que as camisetas estampadas constituem fenômenos comunicacionais das ruas, fazendo parte da paisagem da cidade, permitindo que não só os consumidores/usuários comuniquem algo com seu uso, como também são objetos que retratam uma realidade.

Por seu viés comunicacional, a camiseta desencadeia diferentes processos comunicacionais entre os sujeitos vestidos nas ruas, considerando e evidenciando-se não apenas o seu caráter discursivo – vide a grande quantidade de mensagens impressas – mas também os diferentes apelos e modos de consumo e apropriação realizados, que se dão de acordo com objetivos diversos (CALZA, p. 183, 2009).

A presente pesquisa segue o mesmo ponto de vista de Calza em relação as essas peças tão populares do vestuário, verificando que as mesmas podem sim ser mídias carregadas de simbologias e que portam discursos por meio das ilustrações presentes nas mesmas. Com uma

<sup>36</sup> Hisour. Disponível em: <<https://www.hisour.com/pt/appearances-can-be-deceiving-frida-kahlo-museum-51846/>>. Acesso em 03 de agosto de 2021.

camiseta é possível transmitir mensagens que vão desde o tom político, o viés do protesto, divulgação de campanhas, produtos além de ser objetos que permitem reconhecimento (CALZA, 2009). Enfim, um objeto que permite a partilha e a produção de sentidos.

Nos últimos anos, no Brasil, a camiseta da seleção brasileira vem sendo relacionada ao conservadorismo e muitas vezes ligadas também ao atual presidente Jair Bolsonaro (2018-2022). O simples ato de usar uma camiseta é capaz de refletir uma ideologia política. Camisetas, mais do que peças de vestuário são também símbolos e muitas vezes transmitem mensagens, mesmo que não de forma direta. Além de se apresentarem como suportes para uma mensagem, a própria camiseta pode ser a mensagem como no caso citado ilustrado pela ilustração 25.

### Ilustração 27 - Manifestação política em São Paulo



Fonte: Bonifácio<sup>37</sup>

Voltando-nos à especificidade desta pesquisa, utilizamos as camisetas, objeto de preocupação geralmente da moda, para dialogar sobre as experiências estéticas relacionadas à Frida Kahlo. O primeiro ponto de interesse é que as camisetas são estampadas com ilustrações, imagens que se ligam facilmente à Frida Kahlo, uma personagem muito imagética. As ilustrações também configuram um fator interessante por se tratar de uma personagem que é pintora e através da sua arte se expressava, logo as imagens podem ser remetidas não só à figura de Kahlo, como também por meio de suas obras, que expõem em sua maioria a imagem da pintora por sua origem ser uma arte autobiográfica.

<sup>37</sup> Portal Bonifácio. Disponível em: <<https://bonifacio.net.br/simbolos-nacionais-pertencem-a-todos-e-devem-ser-usados-sem-acanhamento/>>. Acesso em: 05 de agosto de 2021.

Através das camisetas podemos observar a construção artística e analisar os conceitos de mediações e pós-produção tão caros à pesquisa, por meio das análises das ilustrações que conjuntamente às interpretações permitem relacioná-las entre elas, as obras de Kahlo e outros produtos que possam servir como inspiração e se encontrem como materiais para a construção das estampas. As camisetas também serão a base para análise das entrevistas, já que nessa etapa serão verificadas possíveis experiências estéticas entre os consumidores e as mesmas, buscando compreender as diferentes formas de uso de tais produtos e principalmente mediações comunicativas da cultura presente nessas relações.

A capacidade de significação das camisetas não se limita à ilustração e conexões que esta permite, como também ao que o próprio item pode remeter, conforme será visto no próximo tópico ao aproximar o consumo não só como um simples ato que supre necessidades ou algo fútil, mas como um movimento de reflexão crítica e inserção na sociedade por meio dos fatores de identificação.

### **3.5 CONSUMIR PARA SE EXPRESSAR**

Parte importante da pesquisa é a relação entre consumidores e objetos. Para compreender esse processo já foram percorridas as relações entre comunicação e os sujeitos, estes são ao mesmo tempo espectadores, consumidores e produtores de processos complexos referentes à comunicação, consumo e experiência estética, que se interligam e entrecruzam. Ainda assim, a comunicação e o consumo são fenômenos distintos, mas de toda forma muito conectados, principalmente na atualidade com a constante inflação de produtos comunicacionais, ambientes midiáticos e produtos de consumo.

O papel da comunicação e de seus produtos é muito amplo no consumo, a comunicação permite que significados sejam construídos através de filmes, reportagens e outros materiais jornalísticos e midiáticos que constroem elementos capazes de promover partilhas dentro de grupos determinados. Assim, grupos constituem-se através desses elementos base que permitem reconhecimento por conta dos produtos midiáticos e midiáticos. Conforme será visto a seguir, o consumo é estudado através de várias perspectivas e visto de diferentes formas, mas aqui será abordado como um processo reflexivo capaz de auxiliar no exercício da cidadania sendo uma importante ferramenta para a consolidação de uma identidade.

Para Baudrillard (2005), em *A Sociedade de Consumo*, os objetos rodeiam as pessoas de forma que só outros humanos faziam, sendo capazes de expressar e distinguir seus consumidores. O consumo é atrelado à ocupação de espaços, tanto no imaginário quanto no

físico, permeando o entorno das pessoas, em algumas leituras é atrelado ao sagrado, para outros autores, é indicado a substituição dos indivíduos por objetos, incluindo a função de garantia de status.

Teorias divergem sobre a experiência de consumo, alguns são mais rígidos afirmando que o consumo caminha lado a lado com um mercado sensível promovendo espécies de iscas em que consumidores são pouco capazes de desviar. Mas também há aqueles que creem que o consumo é um exercício de cidadania. Néstor García Canclini (1999) se encontra entre o segundo grupo afirmando: “hoje temos os processos de consumo como algo mais completo do que a relação entre meios manipuladores e dóceis audiências” (GARCÍA CANCLINI, 1999, p.75).

De toda forma, é inegável que o consumo faça parte do dia a dia, “é um fato social que atravessa o cotidiano” assumindo “um lugar primordial como estruturador dos valores e práticas que regulam relações sociais, que constroem identidades e definem mapas culturais” (ROCHA, 2005, p. 124). Culturalizam-se “mercadorias como vestuário, especiarias, restaurantes [...] porque surgem transformadas em substâncias lúdicas e distintivas” (Baudrillard, 2005, p. 18), produtos deixam de ser produtos para se tornarem objetos de consumo, voltados para além de sua função utilitária ao valor simbólico que possuem.

Existem diferentes maneiras de significar e lidar com o consumo, o que indica diversas perspectivas de compreensão. Para Everardo Rocha (2005), há quatro marcas presentes nas significações do consumo, são elas: *hedonista* em que é visto como “passaporte para a felicidade” (ROCHA 2005, p. 127); *moralista*, o oposto da marca hedonista, em que o mesmo é visto como responsável por tudo que há de ruim (uma visão mais apocalíptica); o *naturalista*, em que é observado como algo natural, universal ou biológico, e com a marca *utilitária*, em que é observada a relação entre consumo e “produtos, marcas, serviços, lojas, shoppings, vendas, empresas e varejo” (íbidem, p. 133).

Para García Canclini o consumo é “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (1999, p.77) e por se tratar de algo sociocultural não se limita a “exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas” (GARCÍA CANCLINI, 1999, p.77) tampouco ações individuais. Primeiro, por fazer parte de um ciclo sistêmico de produção e reprodução social, já que a sociedade precisa manter a procura de objetos para que o mesmo seja produzido através da força de trabalho. Assim, o consumo não é determinado individualmente, mas por meio de um sistema econômico. Segundo, pelo fator de expressão

presente no ato e nos objetos de consumo, que para funcionarem precisam estar em sistemas de representação existentes nas comunidades.

Toda via, o autor apresenta o consumidor como um sujeito ativo no processo e não manipulado, revelando o que ele chama de *racionalidade sociopolítica interativa*. Ou seja, as demandas dos consumidores e seus movimentos determinam regras móveis de distinção entre grupos, mas não há somente esses fatores que intervêm, também há a moda, inovações tecnológicas e a expansão educacional que indicam a presença do consumidor no processo.

Aqui esse tópico assume a exclusividade do pensamento de García Canclini (1999) através da obra *Consumidores e cidadãos* para dialogar sobre o tema consumo e política. Para tanto, é importante frisar, mais uma vez, que o autor se distingue dos apocalípticos já que para ele o consumo não é visto como um fenômeno individualista desconectado da sociedade. Mas sim algo que conecta o sujeito à sociedade, possibilitando uma forma de organização coletiva e o exercício da cidadania.

Dessa forma, o consumo é também uma maneira de marcar uma diferenciação e distinção entre grupos, sejam eles de classe social, etários, sociais, políticos e tantos outros. Ocorre que os objetos possuem aspectos simbólicos e se tornam signos de *status* o que é observado pelo acesso ao consumo e na distinção de consumo de objetos e marcas (GARCÍA CANCLINI, 1999). Tal poder de significação de objetos é nomeado por Baudrillard (2009), conforme foi observado no capítulo anterior, de valor-signo. Os grupos ficam temporariamente marcados por hábitos e objetos que expressam sua identidade, até que mudem esses signos e os troquem por outros. Logo, se o consumidor busca de aproximar de um grupo ou expressar seu pertencimento e identidade há determinados objetos que permitem essa ação.

Diante de uma crise da política e de outras instituições o consumo é visto como um modo de participação, já que através do mesmo é possível compreender o lugar ocupado na sociedade, possibilitando o exercício da cidadania. Enquanto Rincón (2016) fala de uma cidadania possibilitada pela aparição e ocupação de lugares, principalmente nas mídias, García Canclini (1999) vê no consumo através das escolhas, dos usos e dos significados dos bens consumidos (de certa forma a relação entre objeto consumido, consumidor e forma de consumo) um ato de cidadania, em que se expressa e compreende relações e redes sociais – mesmo que não digitais. O consumo é um movimento em que define “o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos com que nos integramos e nos distinguimos na sociedade” (GARCÍA CANCLINI, 1999, p. 45).

A crise na política e outras instituições junto ao avanço tecnológico permitiram que as massas populares adentrassem à esfera pública “deslocando o desempenho da cidadania em direção às práticas de consumo” (ibidem, p. 50). Sendo assim “estabelecidas outras maneiras de se informar, de entender as comunidades a que pertence, de conceber e exercer os direitos” (ibidem, p. 50).

O consumo como estratégia política e forma de exercer a cidadania possibilita a expressão dos diferentes grupos, assim como funciona para as distinções sociais, dessa forma as ideias de cidadania cultura, racial, de gênero, ecológica podem existir, tendo espaço para as diferentes reivindicações. O uso de camisetas, que constitui o objeto empírico da dessa pesquisa, é mais comum entre jovens, assim como o consumo das camisetas ilustradas com a imagem de Frida Kahlo. As relações entre Frida Kahlo e mulheres pode ser maior indicando uma expressão de cidadania de gênero, em outros casos pode-se observar a cidadania de sexualidade ou de cultura. Da mesma forma o não consumo também permite interpretações: o não consumo da carne e o boicote a determinadas marcas expressam isso muito bem. Assim,

Estas ações, políticas, pelas quais os consumidores ascendem à condição de cidadãos, implicam numa concepção do mercado não como simples lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socioculturais mais complexas. Da mesma maneira, o consumo é visto não como uma mera posse individual de objetos isolados, mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens (GARCÍA CANCLINI, 1999, p. 90).

Pensando no consumo como capacidade de expressão, é interessante observar que muitos repertórios são acionados, muitas vezes repertórios políticos, históricos, sociais, folclóricos, locais ou globais, culturais, inclusive das culturas populares e muitos outros. Como será observado nas análises das ilustrações das camisetas escolhidas como parte de presentes no capítulo seguinte, as camisetas apresentam elementos que são acionados através desses repertórios muitas vezes glocalizados, que mesclam crenças e rituais locais, nacionais e internacionais (GARCÍA CANCLINI, 1999), compondo narrativas sobre a pintora Frida Kahlo.

Outro componente natural do consumo é a presença de hibridizações que também estão presentes nas ilustrações da loja *Chico Rei*. Tal fenômeno indica a mistura de elementos de universos diferentes, sendo comum por conta da globalização e dos muitos fluxos de informação que cortam as identidades de diferentes países, micro e macrorregiões, assim como características culturais, cruzando diferentes culturas, o que reflete a movimentação migratória dos povos e os acordos e conflitos que surgem em prol da manutenção da identidade.

De forma mais próxima à Frida Kahlo é percebido um interesse na reprodução de sua história e de sua imagem. Sendo uma personagem da indústria cultural, presente em livros, filmes, exposições, materiais jornalísticos e outros produtos midiáticos e midiaticizados que fomentam o conhecimento sobre a artista e possibilitam a coesão de ideias relacionadas a ela, indicando a importância da comunicação e seus processos na configuração de um objeto de consumo e em seus possíveis significados diante dos grupos de consumidores.

A crescente reprodutibilidade da imagem possibilitada pela evolução tecnológica, no caso da pintora, torna-se uma via de acesso à biografia da personagem aqui estudada, assim como de suas imagens e obras de arte. As novas formas de experiência estética passam pela possibilidade de acessar cada vez mais imagens, nesse caso artísticas e bibliográficas. A reprodutibilidade permite que não só se consuma mais sobre Frida Kahlo, como também possa reproduzir e criar produtos, como já observado nas abordagens sobre a pós-produção e estética relacional. Nesse sentido, a aura “caracteriza a capacidade dos homens de tornar vivo um fenômeno natural ou uma obra de arte, ao conferir-lhes um olhar que eles mesmos não tinham” (SCHÖTTKER, 2012, p. 65).

Os universos da comunicação, consumo e política se unem e possibilitam ações de recepção, interpretação, produção, afirmações de identidade e indícios de mediações que atravessam todas essas práticas impulsionando experiências estéticas únicas em que cada pessoa pode reconfigurar os objetos consumidos por meio de inferências acessadas em diversos momentos e dentro desses diferentes universos. Em ambas as ações o indivíduo não é considerado um sujeito apartado de seu entorno social, pelo contrário, em todos são perceptíveis ações e signos que unem os sujeitos e os entrecruzam de inúmeras formas.

O consumo é visto como uma forma de afirmação de identidade e a identidade é “uma construção, mas o relato artístico, folclórico e comunicacional que a constitui se realiza e se transforma em relação a condições sócio-históricas não redutíveis à encenação. A identidade é teatro e é política, é representação e ação” (GARCÍA CANCLINI, 1999, p. 177). A construção da identidade passa atualmente pelos processos midiáticos, já que é através dos meios de comunicação que há boa parte do acesso aos bens culturais. Assim grupos de uma sociedade compartilham gostos e significados em comum que garantem a construção de suas identidades.

Logo, produtos comunicacionais são veículos reconhecidos de transmissão de bens culturais, que auxiliam em narrativas e na formação de uma identidade que é reafirmada através de hábitos e objetos simbólicos no ato de consumir. Esse movimento auxilia que tais grupos se

percebam como cidadãos e encontrem formas de exercer a cidadania por meio das identidades em comum.

Os mercados seguem lógicas que acompanham a sociedade, com a reprodutibilidade das imagens, a inflação de objetos e o rompimento das barreiras entre a arte e objetos de consumo, como abordados no *Capítulo 1* com o auxílio de autores como Beatriz Sarlo (2004) e Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), a arte está cada vez mais inserida no cotidiano, promovendo também uma nova forma de concepção do que é arte, das formas de consumi-las e da presença de obras no cotidiano.

É observado que o consumo de arte, os valores-signo dos objetos de consumo e as novas formas de interação, tanto com os objetos quanto com a arte, permitem que esses materiais presentes em produtos comunicacionais, midiáticos e midiaticizados, façam parte do imaginário e do cotidiano dos sujeitos possibilitando diferenciação entre grupos e a validação de identidades.

Vincular o consumo com a cidadania requer ensaiar um reposicionamento do mercado na sociedade, tentar a reconquista imaginativa dos espaços públicos, do interesse pelo público. Assim o consumo se mostrará como um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e atuar significativa e renovadoramente, na vida social (GARCÍA CANCLINI, 1997, p. 92).

Em contraponto, é inevitável trazer questionamentos em meio ao assunto. Enquanto muitos fazem do consumo como uma forma de expressão, inclusive uma forma de se encontrar no mundo, outros não possuem o direito de consumir e quando consomem não tem o mesmo direito de escolha dos primeiros, o que pode levar a consumir apenas o que é viável. Da mesma forma, muitos podem não compreender as referências presentes nos objetos de consumo ou apenas os usam pela necessidade relacionada ao objeto e não ao seu valor-signo. Por ironia, o contexto já expressa e categoriza esses sujeitos em grupos determinados de pessoas que vivem alheios ao consumo empoderado que é abordado ao longo da pesquisa.

Os problemas gerados pelo excesso de produtos também são esquecidos: as lógicas de produção, as formas de descarte, os valores e as formas de trabalho em torno da maioria dos produtos. Essas problemáticas podem ser resumidas nas perguntas: quem faz esses produtos? Como os fazem? O quanto recebem por isso? Quem compra esses produtos? Como os pagam? Como os usam? Como os descartam? Para onde vão depois de consumidos? São questionamentos importantes que mostram outras camadas do consumo que não são abordadas ao longo do trabalho, mas que devem ser lembradas para que não ocorra o problema de apagá-

las do processo, causando a falsa sensação de que todos estão inseridos nessas lógicas da mesma maneira.

Retomando algumas das discussões sobre consumo produzidas ao longo do trabalho, pode-se voltar às ideias de estetização do mundo, capitalismo artista de Lipovetsky e Serroy (2015) e estetização da vida cotidiana, de Beatriz Sarlo (2004), fenômenos parecidos, assim como suas nomenclaturas, que remetem ao estágio de consumo no qual a arte e as experiências estéticas estão amplamente conectadas ao universo do consumo. Assim, compreende-se melhor aspectos como a ideia de um estilo de vida, o rompimento das barreiras entre a arte e o consumo e a inserção de pessoas, como Frida Kahlo, no universo do consumo por meio da estrelização.

Nesse tópico, a estrelização aparece novamente quando a imagem de Frida Kahlo é inserida na cultura midiática e midiaticizada, fato que auxilia na construção da personagem e estabelece signos que podem ser utilizados no consumo como fatores de diferenciação e reconhecimento entre grupos. Essa inserção na mídia e produtos midiáticos fazem da pintora uma representante de grupos e indivíduos que podem se conectar a ela por diferentes motivos, mas que veem em Frida Kahlo uma figura que ocupa um lugar que faz aumentar a autoestima pública através do reconhecimento e da identidade em comum entre a pintora e esses sujeitos estimulando que estes exerçam sua cidadania, ação que Omar Rincón (2016) chama de *ciudadania celebrity*.

García Canclini (1997), assim como Rincón (2016), fala de uma nova forma de exercer cidadania, ambas mediadas pelo consumo. Enquanto para Rincón a cidadania ocorre por meio da representatividade e da ocupação de espaços midiáticos, que elevam a autoestima auxiliando no exercício da cidadania. Para Garcia Canclini a cidadania é realizada no consumo, que em detrimento das instituições de poder, configura-se como um espaço de indagações e respostas sobre o lugar ocupado pelo sujeito na sociedade, assim como a diferenciação capaz de segmentar grupos e identidades por meio de objetos.

Finalizando as temáticas propostas no capítulo se sabe que a experiência estética não se limita aos tópicos abordados anteriormente. Ocorre que esses tópicos são constituintes da ideia de recepção estética e auxiliam na compreensão da pesquisa principalmente sua vinculação com a comunicação. Foram abordados conceitos chave que permitem compreender o espectador, o processo comunicativo e a produção de sentidos dentro do contexto pesquisado no trabalho. Concluindo que a produção dos sentidos se dá tanto na recepção quanto na produção e que esses limites não são tão rígidos em uma sociedade midiaticizada onde somos recortados por

informações, mensagens e códigos que alteram nossa percepção. De qualquer forma as mediações estão presentes, sejam elas mediações culturais da comunicação ou mediações comunicativas da cultura, já que no trabalho a importância e desdobramentos das duas são considerados. As primeiras quando discorremos sobre os processos de identificação do público com os objetos midiáticos consumidos. As segunda pela forte relação da mídia no processo de produção de sentido, sejam pelas formas como produzimos ou consumimos, que são atravessadas por fatores midiáticos.

Ao falar sobre consumo, as diferentes perspectivas sobre o ato foram trazidos de forma a concluir as discussões já abordadas ao longo da pesquisa que vão desde a perspectiva de Serroy e Lipovetsky (2015) e Beatriz Sarlo (2004), assim como Omar Rincón (2018) e por fim García Canclini (1997). Tais discussões promovem uma espécie de costura em que as temáticas sobre comunicação, consumo e política são mais aproximadas e vistas de forma integral, movimento muito importante para que se possa avançar para as etapas de análises.

## 4 A REAURATIZAÇÃO EM PRÁTICA

Concluídas as discussões teóricas propostas para o trabalho, pode-se dar início às análises planejadas para a conclusão da pesquisa. Esse capítulo se volta para o objeto empírico escolhido na pesquisa e para tanto é necessário desenhar o movimento de afunilamento ocorrido para a escolha de tal objeto. Cabe mencionar que o objeto escolhido é constituído por dois itens, as camisetas e as entrevistas feitas com os consumidores das mesmas, portanto, para a compreensão do objeto leituras sobre as ilustrações das camisetas e uma análise das entrevistas serão desenvolvidas. As ilustrações serão observadas buscando movimentos próprios da pós-produção, já as entrevistas serão analisadas através de uma leitura dos chaveamentos propostos por Guillermo Orozco Gómez (2005) ao discutir sobre as mediações culturais na comunicação com base na teoria das mediações de Jesús Martín-Babero (1997).

O objeto empírico foi escolhido com o intuito de auxiliar a busca de respostas às questões feitas no início do trabalho, mas para que se chegasse nas camisetas da marca *Chico Rei* foi um longo processo iniciado com um mapeamento da presença de Frida Kahlo e de sua obra de arte na cultura midiaticizada. Inicialmente a pesquisa identificou onde Frida Kahlo está presente, desde narrativas midiáticas e manifestações artísticas, até produtos de consumo, incluindo objetos do universo da moda e do design. De forma geral, são muitos os produtos culturais e narrativas midiaticizadas relacionados à pintora, desde livros, filmes, ilustrações, até objetos de consumos em geral.

Peças teatrais, como *Frida Kahlo – A deusa tehuana*, *Frida Kahlo – Calor e Frio*, *Frida Kahlo, à revolução!* foram montadas no Brasil; no âmbito do cinema, filmes como *Frida* (2002) e *Frida, natureza viva* (1983), contam a biografia da pintora, que também é personagem da animação *Coco* (Viva - A vida é uma festa, em sua versão em português (2017), da Pixar. Livros biográficos foram produzidos para o público adulto e infantil, como a publicação *O diário de Frida Kahlo: Um autorretrato íntimo* (1995) e *Frida Kahlo: retratos da vida* (2017). Objetos como ímãs de geladeira e bottons são vendidos em feiras de artesanato, ao lado de chaveiros. Canecas são estampadas com a imagem e frases da pintora, sendo comercializadas em lojas virtuais e comércios populares.

De maneira mais específica, no âmbito da moda, foram identificados vários segmentos que envolvem desde adereços para cabelo, broches, brincos pulseiras e vestimentas de uma maneira geral. Entre essas roupas chamou a atenção desta pesquisa a produção de camisetas. A partir dessa identificação das imagens de Frida Kahlo e sua arte estampadas em camisetas é que a pesquisa verificou um conjunto de estamparias e comércios que trabalham com tais produtos, especificamente, lojas virtuais. No catálogo dessas lojas, foram observadas várias peças com estampas e imagens com frases ou apenas fragmentos relacionados à Frida Kahlo, como é o caso da sua sobancelha, da tiara de flores, de alguns elementos da sua produção artística.

#### **4.1 A CHICO REI**

Dentre essas várias lojas, a pesquisa se concentrou no caso da loja *Chico Rei*, uma marca de produtos que inclui além das camisetas, cadernetas, canecas e outros itens. Nesse caso, o foco é específico na loja virtual da marca ([www.chicorei.com](http://www.chicorei.com)) que tem em seu catálogo um conjunto de peças que trazem a figura de Frida Kahlo e mais que isso, a loja possui uma ferramenta intitulada Galeria, em que os consumidores publicam suas fotografias utilizando os produtos comprados na loja, além da tradicional área de Avaliações, em que os compradores podem avaliar a qualidade dos produtos, sua beleza e expressar seu contentamento ou frustração com o produto. A Galeria tornou possível a produção de uma análise da imagem de Frida Kahlo nas camisetas para também compreender os processos de percepção reconhecimento e apropriação dessas peças do vestuário junto aos consumidores.

A loja escolhida também é a primeira marca da América Latina a licenciar a artista Frida Kahlo para uma linha oficial de camisetas. Além das imagens cedidas pelos consumidores também serão utilizadas as imagens dos produtos para traçar paralelos entre autorretratos e fotografias da pintora e as ilustrações presentes nas camisetas, assim como as frases utilizadas.

Os campos da Galeria e Avaliações se encontram no link de acesso ao produto, no fim da página, abaixo da exposição oficial do produto feita pela loja *Chico Rei*. No catálogo da loja virtual constam 28 camisetas com estampas relacionadas à Frida Kahlo. A sessão Galeria foi utilizada por 15 pessoas que publicaram suas fotos. A partir dos dados divulgados na Galeria da loja *Chico Rei* foi possível encontrar de forma digital 14 pessoas que utilizaram o recurso, dentre as quais 9 responderam a um formulário disponibilizado pela plataforma Google Formulários.

## 4.2 METODOLOGIA

Os resultados da pesquisa sobre o a reproduzibilidade da imagem de Frida Kahlo em objetos de consumo, buscando compreender a valorização de uma imagem com alto valor de exposição, serão provenientes do cruzamento: (a) dos materiais teóricos sobre reproduzibilidade técnica, uma vez que se trata de reproduções e que a teoria de Benjamin se enquadra principalmente pelas questões relacionadas à aura e valor de culto e exposição; (b) dos materiais sobre a recepção e espectadores emancipados, que auxiliam no entendimento de como os receptores podem gerar interpretações e conexões entre Frida Kahlo e o cotidiano; (c) dos materiais obtidos no site da loja *Chico Rei* e em formulários de entrevista com os consumidores; (d) dos materiais teóricos sobre consumo relacionado à política. Por fim, trata-se de um tensionamento entre os assuntos discutidos nos capítulos anteriores com a busca de compreender o uso das imagens da pintora e as relações entre tais produtos e os receptores.

A análise das entrevistas será trabalhada a partir dos chaveamentos propostos por Guillermo Orozco Gómez (2005) com base nas teorias das mediações de Martín-Barbero. Orozco Gómez propõe esses chaveamentos ao falar do processo de recepção televisiva, mas que serão transportadas para as questões gerais da recepção na dissertação em andamento. Entre estes chaveamentos serão utilizados a mediação cognitiva, relacionada aos conhecimentos prévios dos espectadores, condicionados a fatores históricos, culturais e genéticos; a mediação institucional, relacionadas na pesquisa com grupos e movimentos sociais, buscando compreender as dimensões culturais, sociais, políticas e ideológicas do processo de produção de sentidos, e a mediação de referência que lida com os referentes culturais, de gênero, localização geográfica, etnia, idade, origem social e outros (OROZCO GÓMEZ, 2005).

Dois movimentos serão feitos a seguir, o primeiro de forma a interpretar imagens dos objetos empíricos escolhidos para o projeto, tecendo comentários relacionados principalmente aos movimentos de pós-produção, que de toda forma também são carregados das ideias de

mediatização e mediações, obviamente levando-se em conta o fim da divisão entre produtores e receptores, que além de consumirem seus objetos podem, e nesse caso de fato desenvolveram novas leituras sobre as imagens de Frida Kahlo, sejam elas fotografias ou as próprias obras.

A segunda etapa será propriamente uma análise das entrevistas feita com base nos chaveamentos de Guillermo Orozco Gómez, buscando compreender as possíveis mediações existentes nas relações entre consumidores e objetos consumidos.

### **4.3 OS MOVIMENTOS DE PÓS-PRODUÇÃO, OU A INTERPRETAÇÃO DAS IMAGENS**

A pesquisa busca unir as compreensões sobre reprodutibilidade de imagens, experiência estética, consumo e política, dessa forma, é importante ler as imagens que estão presentes nos objetos que compõem o recorte empírico da pesquisa. Nestas leituras serão articuladas as ideias de pós-produção visando possíveis apagamentos, além de identificar as principais referências e usos relacionados a imagem da pintora Frida Kahlo. Para isso serão utilizadas as imagens das camisetas selecionadas como objeto empírico e as referências dessas ilustrações, sendo elas fotografias ou obras de arte da própria pintora. O texto explicativo sobre a estampa disponibilizado no site da *Chico Rei* também será trazido de forma a identificar como tais ilustrações são explicadas para os consumidores.

Além da descrição das ilustrações, para a análise foram criadas quatro categorias para englobar os objetos selecionados. As categorias foram desenvolvidas relacionando as ilustrações à personalidade de Frida Kahlo, remetendo à cultura e crenças (categoria maravilhoso), frases da própria artista (categoria empoderamento, em sua grande parte), a estética de suas obras (categoria fauna e flora) e articulações entre a imagem da pintora e outras referências (categoria hibridação). É importante ressaltar que algumas ilustrações foram duplamente categorizadas, já que possuem mais de uma característica marcante.

#### **4.3.1 MARAVILHOSO**

Seguindo o viés do realismo maravilhoso, termo emprestado da literatura, aqui incluem-se imagens que são ligadas ao místico, ao estranho, exuberante e até mesmo grotesco (que se aproximam da estética das obras da pintora), fazendo alusão aos povos latino-americanos e suas muitas crenças, incluindo lendas, histórias e misturas entre culturas europeias, nativas e, no caso do Brasil, dos povos escravizados. Por isso, estão na categoria imagens que remetem a cultura latina, ao México, aquilo que remete ao místico e que possui ligação a personagens folclóricos.

#### 4.3.1.1 Camiseta *La Artista*

Sobre a estampa, o site diz:

A camiseta *La Artista* é uma homenagem a um dos maiores nomes da história da arte. A obra da mexicana Frida Kahlo é inspiração para todas as horas, graças a sua riqueza de cores e linhas cheias de latinidade. A Coleção Oficial Frida Kahlo na *Chico Rei* é uma ode a essa personalidade riquíssima.<sup>38</sup>

#### Ilustração 28 - Camiseta *La Artista*



Fonte: Chico Rei<sup>39</sup>

A estampa da camiseta *La Artista* homenageia de fato a artista Frida Kahlo, utilizando como base para a ilustração a fotografia *Frida With Magenta Rebozo* (1939) de Nickolas Muray (ilustração 29). Na ilustração a imagem de Kahlo é colocada como uma carta de tarô, com um círculo em torno da face que remete a ideia de aureola muito presente em imagens religiosas para retratar personalidades sagradas ou santas. Ainda na dimensão do sagrado, linhas saem da aureola como feixes de luz, aderindo estrelas em seu contorno, literalmente constituindo uma aura em torno da figura. Tais elementos fazem com que Frida Kahlo se aproxime de uma

<sup>38</sup> Chico Rei, 2021. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-la-artista-9872.html?gender=F>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

<sup>39</sup> Chico Rei, 2021. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-la-artista-9872.html?gender=F>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

personalidade sagrada, capaz de ser cultuada. Vale lembrar que as cartas de tarô representam arquétipos e que vista dessa forma, cabe interpretar que a imagem de Frida Kahlo representando a carta fictícia *La Artista* representando essa categoria de trabalhadoras, o que reforça a ideia de a pintora ser um exemplo reconhecido.

**Ilustração 29** - *Frida with Magenta Rebozo, New York, 1939*



Fonte: The Guardian <sup>40</sup>

A imagem da pintora é mantida próxima à fotografia utilizada como inspiração o que é necessário para o reconhecimento exigido para que a pintora seja vista como uma representante de uma classe. A diferença que mais chama atenção em relação a fotografia é a pequena alteração nos adereços do cabelo, a coroa de flores é aplicada substituindo a trança com lenço presentes na fotografia.

O uso da fotografia como base para a construção da gravura parte do movimento de pós-produção teorizado por Nicolas Bourriaud (2009a). Logo, a fotografia de autoria de Nickolas Muray serve como matéria prima para a ilustração digital que foi construída e é comercializada 82 anos depois de sua origem. Os elementos místicos que foram incluídos na imagem partem

<sup>40</sup> The Guardian, 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2017/apr/08/frida-kahlo-nickolas-muray-photos-pictures>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

da ideia de uma carta de tarô, remetendo ao sagrado e reverenciado, da mesma forma que se une a ideia de arquétipo, para a construção dessa ideia, elementos do sagrado são trazidos na camiseta.

#### 4.3.1.2 Camiseta *El Sol*

Sobre a estampa a loja informa:

Frida Kahlo também era compositora, você sabia? É de autoria dela a canção de bastante sucesso no Brasil que diz mais ou menos assim: "Ô, Sol, vê se não esquece e me ilumina!". Calma, gente! Estamos só brincando. Agora, que a pintora curti o astro, curti. A obra *El Sol y La Vida* talvez seja um de seus mais fortes e profundos trabalhos e expõe sua tristeza com o fato de não poder ter filhos.<sup>41</sup>

**Ilustração 30 - Camiseta *El Sol***



Fonte: Chico Rei<sup>42</sup>

Na ilustração da camiseta *El Sol*, a ideia da aura por meio da aureola ainda está presente. Ilustrado como uma aureola, o sol se figura sob a cabeça da pintora que agora porta trajes característicos de mulheres latinas, o poncho (ilustração 31), muitas vezes utilizado para

<sup>41</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-el-sol-11894.html?gender=M>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

<sup>42</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-el-sol-11894.html?gender=M>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

reforçar estereótipos sobre o México através da ideia poncho + sombrero, sendo vendido até mesmo como fantasia.

**Ilustração 31** - Ponchos tradicionais dos povos maias



Fonte: Michaela Bernhard<sup>43</sup>

Enquanto a ilustração reforça a ideia de latinidade através da vestimenta escolhida para a personagem, a figura da pintora é apagada, excluindo-se olhos, boca e nariz, mantendo do seu rosto apenas a sobrancelha unida. É interessante também verificar as relações entre a estampa da camiseta e o texto introdutório, no texto a obra *El Sol y La Vida* (Ilustração 32) é citada e ainda é associada ao sofrimento de Kahlo pelo fato de não poder ter filhos. No entanto, a única referência sobre a obra em questão é a ideia do sol, já que esteticamente a obra e ilustração nem se quer se aproximam.

---

<sup>43</sup> Michaela Bernhard. Disponível em: < <https://www.michaela-bernhard.com/blog/ausstellung-identitt-und-wandeltextilien-und-kleidungsstucke-der-maya/>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

**Ilustração 32 - O Sol e a Vida, 1947**



Fonte: WikiArt<sup>44</sup>

Logo, só há um ponto visível de conexão entre a ilustração e a pintora que é justamente o uso do poncho expressando a origem local da artista. O rosto da artista é apagado, deixando apenas as sobrancelhas e as flores na cabeça como fatores de reconhecimento e a própria obra que inspira o nome da camiseta não é identificada. Tais movimentos indicam que o ilustrador da camiseta conhece a origem de Frida Kahlo e reconhece o uso do sol em suas obras. Ao mesmo tempo em que a camiseta reforça a origem de Kahlo, conectando-a com a cultura mexicana e latino-americana, através do uso da vestimenta, por outro, a figura da pintora é apagada pela falta de referente relacionado à sua face.

#### **4.3.1.3 Camiseta *Realidad***

Sobre a ilustração, consta no site da loja *Chico Rei*

‘Nunca pinto sonhos nem pesadelos. Pinto minha própria realidade’. Frida Kahlo tinha a capacidade incrível e única de colocar em sua arte toda a sua vivência e seus sentimentos da forma mais pura. É por isso que até hoje suas obras e sua vida são reverenciadas pelo mundo. Essa estampa faz parte da nossa coleção em homenagem a Frida e traz uma de suas frases mais conhecidas “pinto mi propia realidad”.<sup>45</sup>

<sup>44</sup> WikiArt. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/sun-and-life-1947>>. Acesso em 20 de set. de 2021.

<sup>45</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-realidad-15121.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

### Ilustração 33 - Camiseta *Realidad*



Fonte: Chico Rei<sup>46</sup>

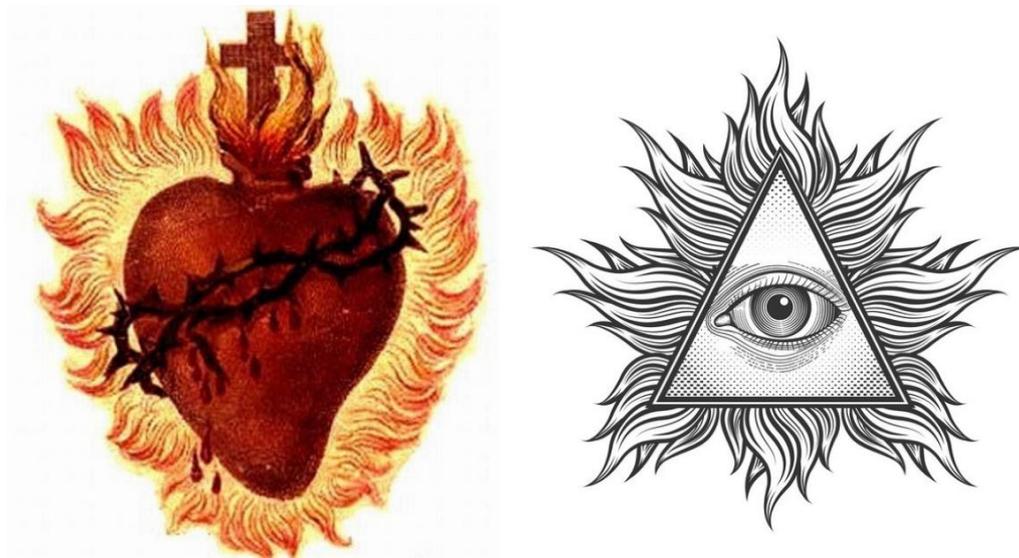
A camiseta ainda segue a união de misticismo ao sagrado uma vez que une as estrelas e fundo negro a figura do sagrado coração que tem em seu centro o olho que tudo vê. O Sagrado Coração é uma imagem de devoção dos católicos associados principalmente a Jesus e a Virgem Maria e Olho que tudo vê, também chamado de Olho da Providência, é muito associado à Maçonaria, em ambos os casos são símbolos que evocam crenças (ilustração 34). A imagem da pintora mantém traços de seu rosto e o penteado muito ligado a figura de Frida Kahlo. Além disso, uma das frases da artista é ilustrada: “pinto mi propia realidad”. A frase é de um contexto em que Frida Kahlo explica sobre sua arte e se nega ao título de surrealista, indicando que nunca pintou sonhos, apenas sua realidade.

A ilustração também ressoa nas diferentes realidades existentes. No caso de Frida Kahlo sua realidade era composta por todo imaginário latino, repleto de hibridismos entre o catolicismo e o misticismo, histórias europeias e lendas mexicanas, e muitos outros. A realidade também é questionada pela forma lúdica que Frida Kahlo a retratava, fazendo parecer produtos de um sonho, quando na verdade possuíam elementos da cultura em que a pintora estava

<sup>46</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-realidad-15121.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

inserida. Dessa forma, até a estampa *Realidad* remete a um universo místico através da inserção de elementos do sagrado, como a Sagrado Coração, o Olho que tudo vê e o fundo estrelado.

#### **Ilustração 34 - Sagrado Coração e O olho que tudo vê**



Fonte: Arquidiocese de Aparecida<sup>47</sup> / FreePik<sup>48</sup>

Os principais elos entre Frida Kahlo e a ilustração são o próprio rosto da pintura, tido por Benjamin (2012) como o último obstáculo da queda da aura, uma vez que o rosto aproxima de uma personalidade, e a frase da artista.

#### **4.3.1.4 Camiseta *Costillas***

A loja informa o seguinte texto descritivo sobre a estampa da camiseta:

‘A tragédia é o mais ridículo que há no homem. Nada vale mais do que o riso’.

Nada, Frida. Enquanto não forem declarados incapazes de sorrir os músculos da face, e a gente desaprender a se maravilhar com as cores do mundo, a vida segue tendo seus motivos. A tragédia é ridícula porque ela é específica enquanto o universo é infinito. E como Frida sabia disso...

Acaso perder o bonde tivesse sido sua tragédia, quais verdades tingiria o sangue de Frida Kahlo?

<sup>47</sup> Arquidiocese de Aparecida. Disponível em: < <https://arqaparecida.org.br/noticia/327-a-devocao-ao-sagrado-coracao-de-jesus>>. Acesso em 2 de out. de 2021.

<sup>48</sup> FreePik. Disponível em: < [https://br.freepik.com/vetores-gratis/simbolo-da-piramide-do-olho-que-tudo-ve-no-estilo-de-tatuagem-de-gravura-macom-e-espiritual-illuminati-e-religiao-magia-do-triangulo\\_10600455.htm](https://br.freepik.com/vetores-gratis/simbolo-da-piramide-do-olho-que-tudo-ve-no-estilo-de-tatuagem-de-gravura-macom-e-espiritual-illuminati-e-religiao-magia-do-triangulo_10600455.htm)>. Acesso em 2 de out. de 2021.

A tragédia é ridícula porque a vida é boa, potente e essencialmente viva, portanto vulnerável à realidade. Não é nunca uma causa perdida. A gente tem muito a aprender com a Frida. É raro achar quem colha flor no meio de tantas cinzas.<sup>49</sup>

### Ilustração 35 - Camiseta *Costillas*



Fonte: Chico Rei<sup>50</sup>

A ilustração da camiseta *Costillas*, costelas em português, estampa o que para muitos é mórbido: o esqueleto de um tronco humano. Como detalhe o tronco está fraturado em alguns pontos indicando ferimentos, inclusive na coluna, o que remete diretamente ao acidente em que Frida Kahlo se envolveu fraturando a coluna em diferentes lugares. Em contraposição ao elemento fúnebre, há elementos que marcam pela sua relação com a vida, como as flores e principalmente pelo coração. Ambos são retratados coloridos em posições que expressam movimento, o que reforça ainda mais a dicotomia entre vida e morte. Duas faixas carregam a frase de Frida Kahlo: “la tragedia es lo más ridículo que tiene el hombre”.

A descrição da ilustração recorda a autoria da frase, assim como introduz ao acidente que Frida Kahlo se envolveu, relacionando a frase ao acontecimento e ainda remete ao desenho ao dizer “é raro achar quem colha flor no meio de tantas cinzas”, já que foram ilustradas flores em meio a ossos. No entanto, a relação da camiseta com Frida Kahlo pode ser facilmente

<sup>49</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-costillas-18202.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

<sup>50</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-costillas-18202.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

perdida ao longo de seus usos, já que a frase não é uma de suas frases mais conhecidas e não abrange nenhuma imagem da pintora ou de alguma obra que seja reconhecida.

#### 4.3.1.5 Camiseta *Frida Kahlo*

Na descrição da camiseta lê-se o seguinte:

A vida e a obra de Frida Kahlo marcaram a primeira metade do século XX. Para uns, era uma brilhante artista plástica surrealista, mas para ela mesma, era apenas uma pintora de sua própria realidade. Hoje sua obra está imortalizada em sua Casa Azul, no México. E por representar tão bem as raízes mexicanas, Frida volta na Chico Rei com um toque especial na camiseta Frida Kahlo, parte da Coleção Oficial Frida Kahlo da Chico Rei. Vive y deja morir!<sup>51</sup>

#### Ilustração 36 - Camiseta *Frida Kahlo*



Fonte: Chico Rei<sup>52</sup>

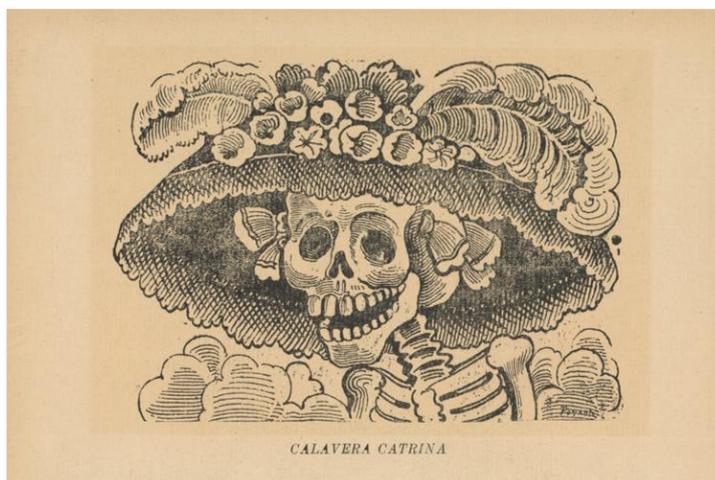
A camiseta *Frida Kahlo* tem como principal componente a própria imagem da pintora que aqui aparece com a estética da *La Catrina* (ilustração 37), figura muito relevante para a cultura mexicana. Tal personagem, criada por José Guadalupe Posada, é a representação de um esqueleto de uma dama da alta sociedade mexicana que tece várias críticas, incluindo a negação

<sup>51</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-frida-kahlo-366.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

<sup>52</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-frida-kahlo-366.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021

da cultura nativa-mexicana em prol da cultura colonizadora- europeia. *La Catrina* se torna muito representada no Dia dos Mortos e diante do mundo se torna um símbolo da cultura mexicana.

### Ilustração 37 - *La Catrina*



Fonte: José Guadalupe Posada<sup>53</sup>

A imagem de *La Catrina* também passou por alterações desde sua criação original e é recriada em muitas alegorias, incluindo fantasias e inúmeras ilustrações, como podemos ver no compilado de imagens abaixo (ilustração 38).

### Ilustração 38 - As diferentes *Catrin*as



Fonte: Desconhecido<sup>54</sup>, Carlos Josso (Reuters)<sup>55</sup>, desconhecido<sup>56</sup>.

<sup>53</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/jose-guadalupe-posada/la-catrina>>. Acesso em 20 de set. de 2021.

<sup>54</sup> Facebook. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/3358596874273482/photos/d41d8cd9/3380859728713863/>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

<sup>55</sup> El Pais. Disponível em:

<[HTTPS://BRASIL.ELPAIS.COM/BRASIL/2017/10/23/ALBUM/1508747376\\_259296.HTML#FOTO\\_GAL\\_5](https://BRASIL.ELPAIS.COM/BRASIL/2017/10/23/ALBUM/1508747376_259296.HTML#FOTO_GAL_5)>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

<sup>56</sup> FreePick. Disponível em: <[HTTPS://BR.FREEPIK.COM/VETORES-PREMIUM/LOGOTIPO-DE-CAVEIRA-DE-ACUCAR-LA-CATRINA\\_5677023.HTM](https://BR.FREEPIK.COM/VETORES-PREMIUM/LOGOTIPO-DE-CAVEIRA-DE-ACUCAR-LA-CATRINA_5677023.HTM)>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

A camiseta em questão se aproxima da imagem de Frida Kahlo pela manutenção de seu semblante, incluindo a pose já observada na fotografia *Frida with Magenta Rebozo* (ilustração 29) como também pela questão cultural em torno do uso de caveiras que remetem a figura da *La Catrina* no México.

#### 4.3.1.6 Camiseta *Frida Calavera*

O site traz a seguinte informação sobre a camiseta:

A camiseta Frida Calavera é a fusão entre duas riquezas do México. Ela, que é uma das maiores artistas de todos os tempos, conhecida pelos seus autorretratos, ganha a roupagem tradicional do Dia de Los Muertos. Uma homenagem à artista na nossa Coleção Oficial Frida Kahlo.<sup>57</sup>

**Ilustração 39 - Camiseta *Frida Calavera***



Fonte: Chico Rei<sup>58</sup>

Na ilustração de *Frida Calavera*, mais uma vez a imagem de Kahlo é associada a uma caveira. Nesse caso, a figura ganha um visual mais agressivo que é caracterizado pelo traço da gravura. Além disso a imagem ganha ares de modernidade através da escolha de cores que

<sup>57</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-frida-calavera-9861.html?gender=M>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

<sup>58</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-frida-calavera-9861.html?gender=M>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

remete a luzes neon. Assim como na estampa anterior (Camiseta *Frida Kahlo*), aqui a imagem de Kahlo é relacionada à figura da *La Catrina*, junção que é até ressaltada na descrição da ilustração da camiseta divulgada pela própria marca. Reforçando o argumento anterior, nesses dois últimos casos a imagem de Frida Kahlo está intimamente relacionada a cultura e sua identidade mexicana. Mesmo com o elo fortalecido através da imagem da *La Catrina*, a imagem de Frida Kahlo é subtraída quando só há as sobrancelhas e penteados utilizados pela pintora, excluindo outras características de sua face que são cobertas pela imagem da caveira.

#### 4.3.1.7 Camiseta *Mi propia Musa*

Sobre a camiseta consta:

"Soy mi propia musa. Soy la persona que mejor conozco. Soy la persona que quiero mejorar." A Camiseta *Mi Propia Musa* traz uma das inúmeras frases inspiradoras de Frida Kahlo à vida. E convenhamos, ela está sempre coberta de razão!<sup>59</sup>

#### Ilustração 40 - Camiseta *Mi propia Musa*



Fonte: Chico Rei<sup>60</sup>

<sup>59</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-mi-propia-musa-15116.html?gender=F>>. Acesso em: 21 de set. de 2021.

<sup>60</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-mi-propia-musa-15116.html?gender=F>>. Acesso em: 21 de set. de 2021.

Essa camiseta apresenta a união de duas categorias: Maravilhoso e Empoderamento, uma vez que articula uma mensagem que transmite força junto a ilustração que remetem ao misticismo muito atrelado a figura de Kahlo, como observamos na categoria Maravilhoso.

A imagem traz duas mãos que parecem invocar um feitiço, que em união aos galhos e as diferentes ilustrações das fases da lua formam um círculo ao redor da frase, ambos os elementos compõem a ideia mística. A frase “Soy mi própria musa” foi dita pela pintora Frida Kahlo ao explicar seus autorretratos e obras em geral, já que para a pintora, até mesmo obras que não eram os autorretratos, eram biográficas uma vez que retratavam situações vivenciadas pela pintora.

A própria lua, elemento muito presente em imagens místicas - mas que também apareciam nas imagens de Kahlo, principalmente ao lado do sol – aproxima a ideia de misticismo e do feminino, trazendo as ideias de ciclos e fases que são presentes nos ciclos menstruais femininos. Além disso, as fases da lua também remetem as muitas facetas de uma só mulher que podem ser iluminadas ou estar sob a penumbra em diferentes momentos. De certa forma, a frase aliada a imagem também pode transmitir a mensagem que a consumidora abraça sua identidade, suas fases, exercendo o amor-próprio e fazendo de si a própria musa.

#### **4.3.1.8 Camiseta *Flores Pintadas***

Conta no site a seguinte informação sobre a estampa:

Os Titãs Paulo Miklos, Sérgio Britto, Charles Gavin e Tony Bellotto não estavam errados quando fizeram uma canção constatando que flores de plástico não morrem. Mas existem outras flores que ficam vivas para sempre: as pintadas. Frida Kahlo sabia muito bem disso. Sua obra é um verdadeiro jardim vivo, com cores e pétalas que marcaram seu estilo de arte!<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-flores-pintadas-11900.html?gender=F>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

### Ilustração 41 - Camiseta *Flores pintadas*



Fonte: Chico Rei<sup>62</sup>

A ilustração da camiseta traz elementos observados em outras estampas como a imagem da pintora que é bem próxima das fotografias e autorretratos, assim como a pose em que Kahlo olha fixamente para aquele que a observa, como indicado na ilustração 42 e em outros casos mencionados ao longo do capítulo em que são evidenciadas as poses de Frida Kahlo tanto em fotografias e como em seus autorretratos. Também são perceptíveis o uso da tiara de flores e o penteado com tranças muito lembrado ao retratar Frida Kahlo e as flores ao seu redor. O sagrado coração e os espinhos são acionados mais uma vez, o que conecta a estampa às referências e próprias obras da pintora com alusão aos elementos do cristianismo. A colocação do sagrado coração aproxima ainda mais às figuras religiosas como Jesus e Maria (ilustração 43).

<sup>62</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-flores-pintadas-11900.html?gender=F>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

**Ilustração 42 - Retratos de Frida fitando diretamente o espectador**

Fonte: Nerdizismo<sup>63</sup>/ Nickolas Muray<sup>64</sup>

**Ilustração 43 - Sagrado coração de Maria e Jesus**

Fonte: Nossa sagrada família<sup>65</sup>

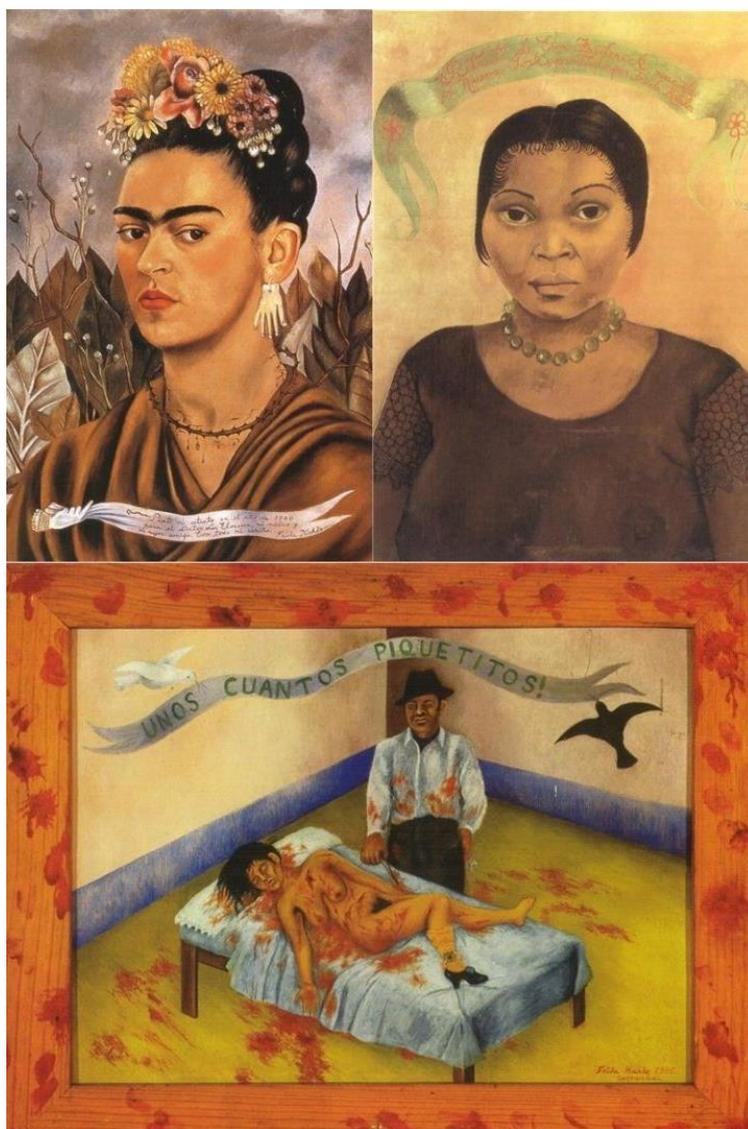
<sup>63</sup> Nerdizismo. Disponível em: < <https://nerdizmo.uai.com.br/frida-kahlo-sob-olhar-nickolas-muray/>>. Acesso em 05 de out. de 2021.

<sup>64</sup> Nickolas Muray. Disponível em: < <https://nickolasmuray.com/frida-kahlo>>. Acesso em: 05 de out. de 2005.

<sup>65</sup> Nossa sagrada família. Disponível: < <https://www.nossasagradafamilia.com.br/conteudo/oracao-ao-sagrado-coracao-de-jesus-e-sagrado-coracao-de-maria.html>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

A frase “pinto flores para que assim não morram” é destacada na ilustração em um faixa que também era um elemento presente em algumas obras da pintora. Na imagem abaixo (ilustração 44) três obras foram selecionadas, em *Autorretrato dedicado ao Dr. Eloesser* (1940) a pintora utiliza a faixa para escrever sua dedicatória já que a obra foi um presente destinado ao médico que a auxiliou nos problemas de saúde, assim como na segunda obra *Retrato de Eva Frederick* (1931), em que o artifício também tem o mesmo fim. Na última obra, *Umas facadinhas de nada* (1935) a faixa expõe o próprio título da obra.

#### Ilustração 44 - O uso de faixas nas obras de Kahlo



Fonte: WikiArt<sup>66</sup>

<sup>66</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-dedicated-to-dr-eloesser-1940>>; < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/portrait-of-eva-frederick-1931>>; < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/a-few-small-nips-passionately-in-love-1935>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

Por fim, a estampa mantém forte aproximação com a pintora não se distanciando de sua personalidade incluindo além da própria figura da pintora, uma frase de sua autoria e elementos presentes em suas obras. Com isso o movimento de pós-produção é observado principalmente pela apropriação da pose da pintora na gravura e pelas referências que são acrescentadas aprimorando ainda mais a relação entre a pintora e a camiseta com a inclusão das muitas flores, dos espinhos e da referência católica, assim como o uso da faixa para inclusão da frase da pintora.

#### **4.3.1.9 Camiseta *Kahlo***

Sobre a estampa o site traz a seguinte informação:

Frida Kahlo é a cara de um México artístico e pós revolucionário. Um mulherão que nasceu num período em que as pessoas reivindicavam o direito à terra e à poesia, e a disputa pelo belo era uma pauta mundial quando as cores de Frida se destacaram nas exposições e seu traço sincero trocou segredos de alma sem usar palavra.

“Nunca fui surreal”. Não. A realidade é tão mais impressionante do que as criatividades, que não é preciso inventar fatos quando é ainda mais rico traduzir a vida. Nunca foi surreal porque nunca precisou ser. Creiam ou não, Frida não é ficção. Doido, né? Pois é.

Por isso dedicamos uma coleção inteira à ela. O fato de Frida não ser uma historinha inventada para reacender a crença na força da humanidade é o que a mantém acesa.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-kahlo-18205.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de out. de 2021.

### Ilustração 45 - Camiseta Kahlo



Fonte: Chico Rei<sup>68</sup>

Na ilustração da camiseta *Kahlo* a frase “nunca pintei sonhos, só pintei minha própria realidade” é utilizada novamente (a mesma frase também compôs a camiseta *Realidad*). Além da frase, outros elementos são presentes e muito lembrados nas ilustrações da pintora, como veremos a seguir: as faixas, flores e folhagens, principalmente. A imagem de Kahlo mantém como base a figura humana da pintora, atrelando à sua biografia com a inclusão dos materiais de pintura, assim como a presença dos coletes. Dessa forma são contextualizadas a ideia de que Frida Kahlo produziu muitas de suas obras acamada com o auxílio de um cavalete adaptado para sua condição, como ilustrado abaixo (ilustração 46). O uso do colete reforça a referência de fatos da biografia da pintora na camiseta.

<sup>68</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-kahlo-18205.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de out. de 2021.

### Ilustração 46 - Frida Kahlo acamada



Fonte: Toda matéria<sup>69</sup> / Eu Frida<sup>70</sup>

### Ilustração 47 - *Sem Esperança* e *O sonho*



Fonte: WikiArt<sup>71</sup>

Se tratando as referências observadas, além das próprias fotografias, algumas obras da pintora a retrataram na cama (ilustração 47). Em *Sem Esperança* (1945), a pintora se retrata acamada como se estivesse vomitando todos os seus sentimentos no cavalete adaptado sobre a cama. Há uma grande diferença entre os sentimentos evocados na obra e na ilustração da camiseta. Até mesmo a expressão da pintora é diferente, na camiseta a imagem indica força e determinação, enquanto em *Sem Esperança* Kahlo está quase apática. Em *O Sonho (A cama)* (1940), Kahlo retrata a cama como seu leito de morte. A morte também é lembrada com a

<sup>69</sup> Toda matéria. Disponível em: < <https://www.todamateria.com.br/frida-kahlo/>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>70</sup> Eu Frida. Disponível em: < <http://eufrida.blogspot.com/p/blog-page.html>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>71</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://bityli.com/gw71P2>>; <<https://bityli.com/WCw4cz>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

imagem do esqueleto usado em brincadeiras nas comemorações do Dia dos Mortos, no México. A ilustração da camiseta utiliza as folhagens surgindo de Kahlo da mesma forma que a obra *O Sonho*. A imagem também mantém como cor predominante o roxo, cor muito relacionada ao movimento feminista.

O misticismo e o sagrado são muito atrelados às mulheres de uma forma geral, desde as bruxas da idade média, da contemporaneidade, até as personagens sagradas como Eva, Lilith e Maria são vistas como representantes de inúmeras idealizações sobre o que é ser mulher. O sagrado e o místico retornam às mulheres hoje muito relacionadas as ideias do sagrado feminino e das relações entre a mulher, seus arquétipos, ancestralidade e o próprio corpo, configurando novas formas de vivenciar o ser mulher, muitas vezes ressignificando até mesmo funções naturais e fisiológicas como o parto e a menstruação. Logo, de certa forma parte das ilustrações dessa categoria também remete ao ser mulher e para alguns(mas) pode se aproximar também de vertentes feministas.

A categoria Maravilhoso também se aproxima muito da estética aplicada por Frida Kahlo em suas obras, o peso de invocar as dores físicas e mentais, o estranho jogo entre trazer vida e sofrimento unidos em uma só imagem que representa além da aflição, a força de prosseguir, a presença de ossos, lágrimas, feridas, sangue e também elementos da cultura mexicana e latino-americana. Mesmo com essa influência estética as obras não são utilizadas em uma reelaboração, apenas elementos das obras são referenciados nas ilustrações. No entanto, é perceptível o uso da fotografia *Frida with Magenta Rebozo* em três ilustrações: em El Sol a pose de Kahlo se assemelha muito a pose representada na fotografia, assim como na camiseta Frida Kahlo, enquanto na camiseta La Artista, a fotografia é de fato reproduzida apresentando manipulações que ressignificam a imagem aproximando-a da linguagem mística das cartas de tarô. Assim, a fotografia de Nickolas Muray é utilizada como “material de construção” uma articulação muito mencionada por Nicolas Bourriaud (2009a) ao tratar os movimentos de pós-produção, logo, a obra que no caso é uma fotografia, torna-se base para a construção de uma nova arte.

Em duas camisetas (*Frida Calavera e Frida Kahlo*) é feita uma soma a imagem de Kahlo com o acréscimo da referência à cultura mexicana com o uso da imagem da La Catrina, ou simplesmente de uma caveira, item que constitui o imaginário do México. Em ambos os casos o movimento de pós-produção é perceptível, o primeiro de modo mais visual e no segundo de forma mais conceitual ao unir uma ideia do México à uma figura mexicana, ou então, dois símbolos mexicanos, Frida Kahlo e a Catrina, hibridados em uma única ilustração.

De toda maneira, nesses processos a pós-produção é atravessada por mediações culturais do ilustrador que por ora também passou por um processo de complexo de recepção, imerso em uma sociedade midiaticizada, em circuitos em que se tem a formulação de ideias sobre a pintora, o conhecimento de suas obras e fotografias, tendo por fim, a capacidade de abarcar tais percepções na ilustração criada, articulando essas referências em novas formas. Ocorre o que Bourriaud (2009a, p. 44) chama de “encadeamento entre formas, signos, imagens”: referências da obra da pintora, signos culturais e fotografias ou obras da artista aqui estudada.

### **4.3.2 EMPODERAMENTO**

A categoria de empoderamento remete a transmissão da mensagem de poder através da estampa. Nessa categoria estão presentes as ideias de autoridade, autovalorização, força, independência, capacidade de realizar ações e afirmação da própria identidade. A categoria é marcada predominantemente por frases da pintora Frida Kahlo.

#### **4.3.2.1 Camiseta *Árbol***

A loja *Chico Rei* informa o seguinte texto sobre a ilustração:

*‘Árbol de la esperanza, mantente firme’*. A obra *‘Árvore da esperança, mantenha-se firme’* é uma pintura de Frida Kahlo, de 1946. Na camiseta *Árbol*, apresentamos essa frase inspiradora com a silhueta da artista mexicana. Mais uma ode presente na Coleção Oficial Frida Kahlo da Chico Rei.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-arbol-9849.html?gender=M>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

**Ilustração 48 - Camiseta *Árbol***

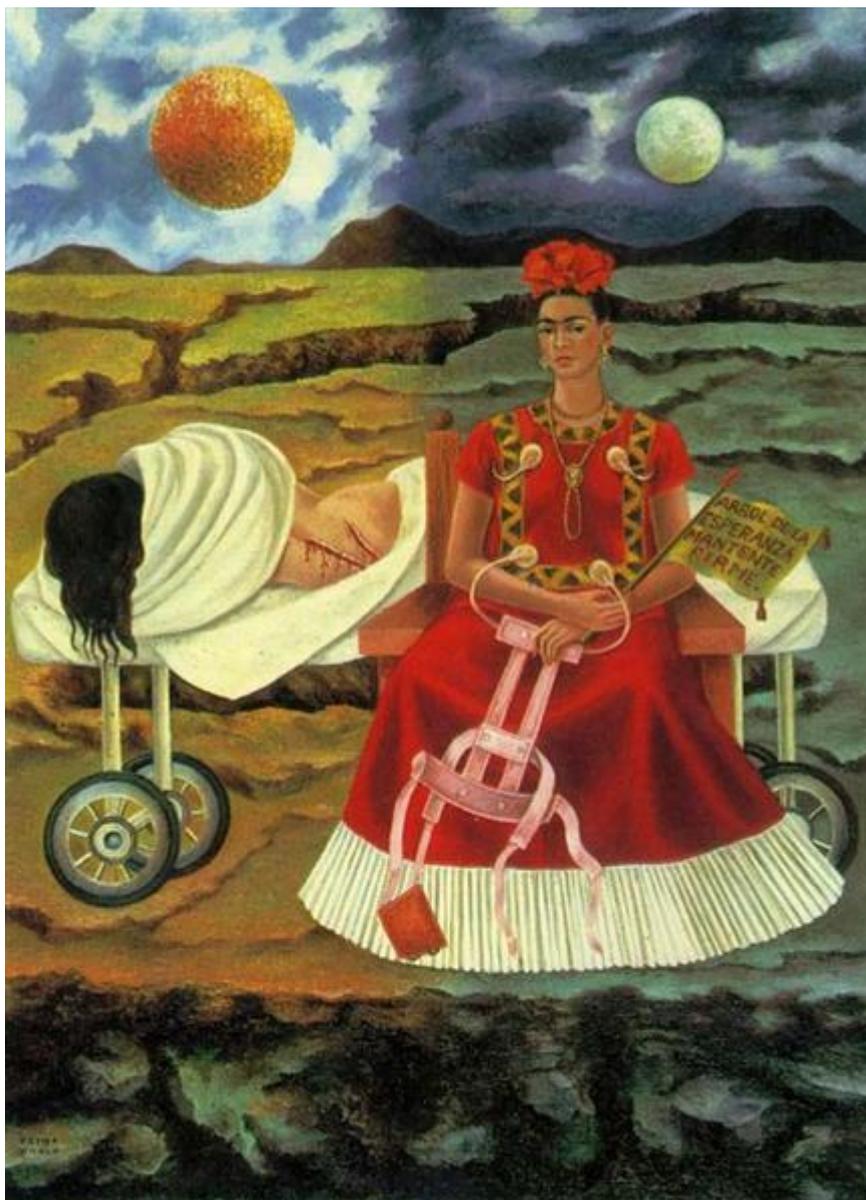
Fonte: Chico Rei<sup>73</sup>

A camiseta *Árbol* traz como frase o título de uma obra da pintora Frida Kahlo além do contorno de sua face. Junto ao contorno do seu rosto também foram destacados a tiara de flores no cabelo e os brincos. Além desses, a gravura também remete a ideia de aura no entorno do rosto da pintora, que conforme foi visto na categoria Maravilhoso, se relaciona às figuras sagradas. A frase realmente era utilizada como uma expressão de resiliência, força e insistência, no entanto a ilustração não invoca a estética presente na obra de mesmo nome (ilustração 49).

---

<sup>73</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-arbol-9849.html?gender=M>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

**Ilustração 49 - *Árvore da esperança mantenha-se firme*, 1946**



Fonte: WikiArt<sup>74</sup>

Enquanto a frase inspira a mensagem de poder, a própria imagem que representa Frida Kahlo é apresentada apenas com seu contorno. O interessante da gravura é que muitas imagens de Frida Kahlo são reproduzidas da mesma forma, apenas mantendo o contorno do rosto, as sobrancelhas e a tiara de flores no cabelo, como pode-se observar na ilustração 50 em que explicita tal movimento de reprodutibilidade. Além disso, o próprio rosto da pintora é reproduzido muitas vezes nessa mesma posição, como observado anteriormente na camiseta *Flores Pintadas*, portando tais os acessórios utilizados na ilustração da camiseta *Árbol*.

<sup>74</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/tree-of-hope-remain-strong-1946>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

**Ilustração 50 - Os contornos de Kahlo**



Fonte: Pinterst<sup>75</sup>

Com o auxílio das duas imagens acima, é perceptível que as flores, a sobrancelha, os brincos e o batom vermelho são fatores de identificação presentes em muitas imagens. Tal identificação ocorre principalmente pelas fotografias que por conta da alta reprodução se tornam uma espécie de gabarito para a imagem de Kahlo. Nesses casos a reprodutibilidade da imagem da pintora se tornam ainda mais evidentes ressaltando processos da pós-produção com a apropriação de fotografias para os processos de ilustração.

<sup>75</sup> Pinterest. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/327636941623577276/>>; <<https://br.pinterest.com/pin/2462974786718752/>>; <<https://br.pinterest.com/pin/294282156909426250/>>; <<https://www.europosters.pt/posters/frida-kahlo-viva-la-vida-v63203>>; <<https://br.pinterest.com/pin/703828247995719191/>>; <<https://br.pinterest.com/pin/612630355556385188/>>; <<https://br.pinterest.com/pin/572449802640340386/>>. Acesso em: 21 de set. de 2020

#### 4.3.2.2 Camiseta *No Te Demores*

A loja diz o seguinte sobre a estampa:

Frida Kahlo é uma gigante em vários sentidos e nossas homenagens nunca são suficientes pra essa fonte de inspiração eterna. Agora, ela chega com a camiseta *No Te Demores*, parte da Coleção Oficial Frida Kahlo da Chico Rei.<sup>76</sup>

#### Ilustração 51 - Camiseta *No Te Demores*



Fonte: Chico Rei<sup>77</sup>

A ilustração da camiseta traz uma série de elementos presentes nas obras da pintora Frida Kahlo, além do próprio rosto da pintora. A face da pintora é contornada por um elemento que se aproxima muito dos espinhos e veias presentes nas obras de Kahlo. Ambos se unem ao coração e à própria pintora, de toda forma representam ali a vida, seja por meio das flores ou pelo próprio sangue que pulsa no coração. Além desses, as flores ao lado do rosto assim como na tiara de flores e a lua no rosto da pintora estão presentes. Na gravura também está

<sup>76</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/no-te-demores-2150.html?gender=F>>. Acesso em 20 de set de 2021.

<sup>77</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/no-te-demores-2150.html?gender=F>>. Acesso em 20 de set de 2021.

reproduzida uma frase da pintora usada em outros objetos e imagens, como se pode observar na ilustração 52.

### Ilustração 52 - Frases



Fonte: Pinterest <sup>78</sup>/ Elo <sup>79</sup>

Sobre a ilustração da camiseta, pode-se perceber uma referência da obra *As duas Fridas* (1939), principalmente pelo coração e pela veia que une ambas as Fridas. Na camiseta há a hibridação entre a fotografia de Nickolas Muray (*Frida with magenta rebozo*, New York, 1939) já mencionada, com referências da obra abaixo (ilustração 29), acrescidas da frase da pintora. Tal frase em conjunto com os elementos coração e flores se relacionam proporcionando a mensagem romântica na camiseta, mas além de inspirar romance, a frase aponta o amor próprio como prioridade em um relacionamento, indicando que onde não há amor, não há motivos para permanência. A frase pode ser vista com a mensagem de coragem e independência emocional necessária para sair de relacionamentos problemáticos ou tóxicos, assuntos muito pautados pelo movimento feminista.

<sup>78</sup> Pinterest. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/362117626274131449/>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

<sup>79</sup> Elo 7. Disponível em: <<https://www.elo7.com.br/onde-nao-puderes-amar-nao-te-demores/dp/CF4492>>. Acesso em: 1 de abr. de 2021.

**Ilustração 53 - As duas Fridas, 1939**



Fonte: Wikiart <sup>80</sup>

#### **4.3.2.3 Camiseta *Miragem***

Sobre a estampa, consta no site:

Segundo a genial artista Frida Kahlo, ‘a beleza e feiura são uma miragem, porque os outros acabam vendo o nosso interior’. Inspirados por esse belo ensinamento, apresentamos a camiseta *Miragem*: uma ode a essa fonte de inspiração eterna, parte da Coleção Oficial Frida Kahlo da Chico Rei<sup>81</sup>.

---

<sup>80</sup> Wikiart, 2021. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/as-duas-fridas-1939>>. Acesso em: 1 de abril de 2021.

<sup>81</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-miragem-9884.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

### Ilustração 54 - Camiseta *Miragem*



Fonte: Chico Rei <sup>82</sup>

Na Camiseta *Miragem* há uma frase e a imagem de Frida Kahlo. A frase expressa a ideia de beleza do ponto de vista da pintora, reforçando a ideia de beleza interior ser mais valorizada que a beleza física. A ilustração é uma releitura de uma fotografia (ilustração 55) com uma alteração nas cores com o efeito gradiente com cores que remetem ao anoitecer e com a inclusão de características de artes digitais, não mantendo estética fotográfica, destacando apenas o rosto de Kahlo, excluindo o fundo desfocado e o vestuário da pintora.

A frase sobre beleza carrega uma ideia muito atrelada a Frida Kahlo: a quebra de padrões de beleza reforçando suas peculiaridades: os pelos, os trajes e acessórios que representavam sua identidade e não seguiam necessariamente uma moda. Na verdade, Kahlo fazia de si uma personagem que sempre reforçava mensagens sobre aceitação e empoderamento, desde a adoração pelos povos nativos em detrimento dos povos europeus (o que é observado inclusive em sua arte), até a manutenção do traje tipicamente mexicano nos Estados Unidos, o que causou estranhamento e a levou a ser confundida com uma pessoa circense tamanha exotividade. A frase também evoca a ideia de uma personalidade que emerge do interno para o externo,

<sup>82</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-miragem-9884.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

apropriando-se de quem se é, ressaltando a personalidade real, independente dos padrões estabelecidos, o que Frida Kahlo aplicava em prática.

**Ilustração 55 - Fotografia de Frida Kahlo**



Fonte: Pinterest<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Pinterest. Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/468867011185164363/>>. Acesso em: 20 de set. de 2021.

#### 4.3.2.4 Camiseta *Sí, Se Puede!*

Consta no site a seguinte descrição da ilustração: “Sim, nós podemos!” Essa estampa faz parte da nossa coleção em homenagem à revolucionária Frida Kahlo e vem como uma constante lembrança que nós podemos fazer qualquer coisa que a gente quiser!”<sup>84</sup>

**Ilustração 56 - Camiseta *Sí, Se Puede!***



Fonte: Chico Rei<sup>85</sup>

Na ilustração *Sí, se puede*, a imagem de Frida Kahlo se torna um híbrido com o poster *We can do it!* (ilustração 57), em que a imagem de uma mulher demonstra força em um cartaz criado por J. Howard Miller (1943), cuja finalidade era empoderar trabalhadores durante a Segunda Guerra Mundial. Ao mesmo tempo, a mensagem “Sim, é possível/ Sim, se pode” faz alusão a propaganda política para a presidência dos Estados Unidos da América, em 2008, de Barack Obama “Yes we Can!” (ilustração 57).

<sup>84</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-si-se-puede-15126.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

<sup>85</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-si-se-puede-15126.html?gender=F>>. Acesso em: 20 de set de 2021.

**Ilustração 57 - Sim, nós podemos!**



Fonte: Wikipedia<sup>86</sup>/ Riosoft<sup>87</sup>

A imagem do poster *We Can Do It!* é muito utilizada pelo movimento feminista e transmite a mensagem de empoderamento, dizendo que somos capazes de fazer todas as atividades, além de expressar pela própria pose a ideia de força com o ato de mostrar o muque. A gravura evidencia o aproveitamento da estética e da ideia do poster *We Can Do It!*, além da frase de campanha de Barack Obama em 2008, sendo perceptível o movimento de apropriação das ideias de produtos já “finalizados” para a construção de um novo, resultando na ilustração da camiseta *Sí, se puede!*.

#### 4.3.2.5 Camiseta *Todo Vuela*

Sobre a ilustração o site diz:

"Nada hay absoluto. Todo se cambia, todo se mueve, todo revoluciona, todo vuela y se va". A efemeridade e a metamorfose constantes do mundo, expressas em uma das mais belas frases de Frida Kahlo. Não poderíamos deixar de transformá-la em uma linda e colorida estampa.<sup>88</sup>

<sup>86</sup> Wikipedia. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/We\\_Can\\_Do\\_It!](https://pt.wikipedia.org/wiki/We_Can_Do_It!)>. Acesso em 1 de out. de 2021.

<sup>87</sup> Riosoft. Disponível em: <<https://www.riosoft.com.br/blog/obama-marketing-politico/>>. Acesso em 1 de out. de 2021.

<sup>88</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-todo-vuela-11918.html?gender=F>>. Acesso em: 1 de out de 2021.

### Ilustração 58 - Camiseta *Todo Vuela*



Fonte: Chico Rei<sup>89</sup>

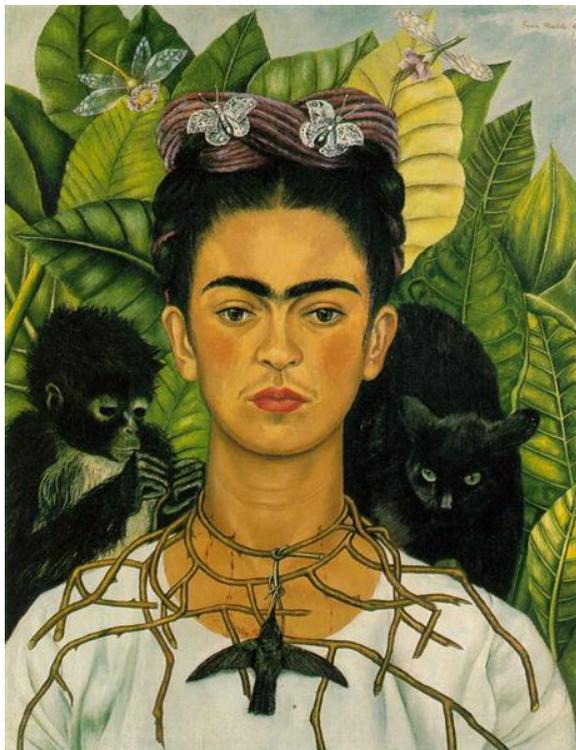
A camiseta *Todo vuela* é uma das que se encontram em duas categorias. Pela força da frase ela se destaca pelo fator de empoderamento, enquanto pela ilustração ela se encontra na categoria fauna e flora. A frase “Não há nada absoluto. Tudo muda, tudo se move, tudo se revoluciona, tudo voa e vai” dá um tom de autoridade para a pintora e os trechos utilizados na camiseta reforçam a ideia da pintora ser revolucionária ao mesmo tempo que invoca as ideias de resiliência perante a vida já que indica processos naturais de mudança e superação.

Enquanto isso, o desenho busca referência na obra *Autorretrato com colar de espinhos e beija flor* (ilustração 59), o que aproxima a gravura da categoria *Fauna e Flora*. Na ilustração da camiseta são retirados a figura dos animais (macaco e gato) que estão presentes na obra original, assim como a exclusão do sangue resultado do encontro dos espinhos com a pele. Dessa forma, há um apagamento do sangue e das simbologias a que ele poderia remeter. É válido lembrar que o uso dos espinhos nas obras de Kahlo são pela influência do cristianismo e da figura da coroa de espinhos colocada em Jesus no dia de sua crucificação. Logo, obviamente os espinhos se ligam à ideia de martírio. Ligado ao colar, há um beija-flor preso, provavelmente morto, conforme indicado pela falta de movimento. Esses pássaros são um

<sup>89</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-todo-vuela-11918.html?gender=F>>. Acesso em: 1 de out de 2021.

símbolo mexicano de sorte no amor, o que na obra de Kahlo é lido como sua total ausência, já que ele está morto e unido a coroa de espinhos que aparenta causar sofrimento à pintora.

**Ilustração 59 - Autorretrato com colar de espinhos e beija-flor, 1940**



Fonte: WikiArt<sup>90</sup>

Além dessas alterações, as cores e os traços da obra sofreram mudanças, lembrando que a obra foi uma inspiração e não replicada em sua forma original, o que pode até confundir alguns espectadores. Há alterações no buço da pintora, por exemplo, muito evidente em sua obra, mas não perceptível na camiseta. E o traço da ilustração remonta uma atmosfera lúdica, em que o beija-flor se aproxima de um pingente, mas não um animal, e os espinhos perdem seu peso, totalizando a ideia de um adorno sobre o colo da artista. Por fim, a gravura mantém a relação com a pintora através da frase e da referência à sua obra, no entanto, principalmente observando a obra de Kahlo e suas implicações, percebe-se que há um apagamento entre a obra e ilustração, o que pode ser motivado pela busca por algo vendável, sendo higienizada. Novamente, o movimento de pós-produção é percebido e nesse exemplo, a lógica do mercado também está presente, em uma busca de produtos que sejam mais fáceis de consumir e sem o peso do sofrimento observado na obra de referência.

<sup>90</sup> WikiArt. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-with-necklace-of-thorns-1940>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

#### 4.3.2.6 Camiseta *El Venado Herido*

A descrição da estampa diz o seguinte:

El venado herido" ("O Veado Ferido" em português) é uma das obras mais famosas da artista mexicana Frida Kahlo. Inspirados nela, apresentamos a camiseta El Venado Herido na Coleção Oficial Frida Kahlo, com uma roupagem nova para essa belíssima obra.<sup>91</sup>

#### Ilustração 60 - Camiseta *El Venado Herido*



Fonte: Chico Rei<sup>92</sup>

A camiseta *El Venado Herido* se apropria da obra de Frida Kahlo que leva o mesmo nome, *O Veado Ferido* (1946), disponível na ilustração 61. A camiseta aproveita o desenho do veado que tem em sua face o rosto da própria Frida Kahlo e exclui o fundo original da obra que é uma floresta. Além da substituição do ambiente de natureza por uma figura geométrica a imagem perde os componentes relacionados a pintura e é formatada em apenas duas cores, o vinho predominante nos contornos e o rosa na figura geométrica. Além disso, há uma imagem de Frida Kahlo “ao final do dia, podemos suportar muito mais do que acreditamos”, que é uma das frases mais conhecidas da pintora e na camiseta constitui uma relação com os muitos

<sup>91</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-el-venado-herido-9855.html>>. Acesso em: 2 de mar. de 2021.

<sup>92</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-el-venado-herido-9855.html>>. Acesso em: 2 de mar. de 2021.

ferimentos presentes no animal. Os ferimentos, inclusive, são retratados na camiseta, mantendo o sangue em todos os machucados.

**Ilustração 61 - *O veado ferido*, 1946**



Fonte: WikiArt<sup>93</sup>

A imagem é utilizada em outras reproduções, como é possível observar no compilado de imagens abaixo. No caso da ilustração 62, ambas as imagens retrataram a obra com traços característicos, a primeira seguindo a estética dos cordéis, o que permite a identidade do nordeste do Brasil, cuja impressão é feita em xilogravura. Já a segunda demonstração traz uma identidade jovem, por se tratar de uma representação da imagem desenvolvida na comunidade virtual *Habbo* em uma competição de releituras de obras de arte promovida pela comunidade. Em ambos os casos há uma aproximação com a obra de arte. No primeiro caso, ressaltando as características regionais o veado é substituído por uma cabra, assim como a floresta é convertida pela caatinga, uma das vegetações que caracterizam o nordeste brasileiro, sendo representada pelos cactos. Na segunda imagem, com a estética virtual se mantém a ideia de floresta, do cervo e do rosto humano, mantendo também os raios que aparecem em segundo plano e o galho aplicado logo abaixo do cervo.

<sup>93</sup> WikiArt, 2011. Disponível em: <<https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/the-wounded-deer-1946>>. Acesso em 2 de mar. de 2021.

### Ilustração 62 - Releituras de *O Veado Ferido*



Fontes: Perron Ramos<sup>94</sup>/ Grainlicious<sup>95</sup>

A frase escrita pela pintora também é utilizada junto a sua imagem na reprodução em outros suportes como podemos ver abaixo nas ilustrações 63 e 64. Em ambas as ilustrações é possível observar que as frases são escritas diferentes, mas sem alterar o sentido das mesmas. Em cada uma delas a imagem de Frida Kahlo é formulada com traços diferentes, mas mantendo em comum as sobrancelhas unidas e a tiara de flores. A primeira tem como suporte uma caneca e possui em seus traços características infantilizadas da pintora, movimento muito comum que inclusive é observado em uma das ilustrações de camisetas que ainda será alvo de discussão. A segunda imagem foi retirada de uma série de ilustrações de personalidades femininas com frases impactantes.

### Ilustração 63 - Frase de Frida Kahlo em caneca



Fonte: Word Geek<sup>96</sup>

<sup>94</sup> Perfil Perron Ramos no Instagram. Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/BkFvg9IHVo7/?utm\\_source=ig\\_share\\_sheet&igshid=1m1meq6fko5dn&epik=dj0yJnU9R045dGk4X0V0alYtY09Jbm1FNnEtWWtBTjNrUWVVsSEYmcD0wJm49bG1LSjQycWRpOFdBU0NoYmMxaFcxZyZ0PUFBQUFBR0NCaWhv](https://www.instagram.com/p/BkFvg9IHVo7/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1m1meq6fko5dn&epik=dj0yJnU9R045dGk4X0V0alYtY09Jbm1FNnEtWWtBTjNrUWVVsSEYmcD0wJm49bG1LSjQycWRpOFdBU0NoYmMxaFcxZyZ0PUFBQUFBR0NCaWhv)>. Acesso em: 2 de mar. de 2021.

<sup>95</sup> Perfil Grainlicious no Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/grainlicious/status/1001271672673132545>> Acesso em: 2 de mar. de 2021.

<sup>96</sup> Loja online. Disponível em: <<https://www.elo7.com.br/caneca-de-porcelana-frida/dp/11A7B86>>. Acesso em: 20 de setembro de 2021.

### Ilustração 64 - Imagem com a frase de Frida Kahlo



Fonte: @inspireoutras<sup>97</sup>

Em todos os casos observados há como referência as imagens da pintora, de suas obras e em alguns deles a frase da pintora é acrescentada, estabelecendo ainda mais conexão com a pintora. No caso da ilustração 63, por se tratar de uma infantilização da imagem de Kahlo há uma dualidade entre a imagem e a frase, enquanto a primeira demonstra doçura e delicadeza, a segunda é forte. De toda a forma, as diferentes expressões indicam movimentos de apropriação que somam referências próprias de seus criadores.

#### 4.3.2.7 Camiseta *Alas*

Na descrição da estampa consta:

Quem tem imaginação tem tudo. Com o sentimentalismo à flor da pele, a artista mexicana Frida Kahlo voou livremente pelo mundo. Em suas obras, cheias de cores e flores, retratou esses voos criativos. Quem tem asas não precisa de pés!<sup>98</sup>

<sup>97</sup> Perfil no Instagram da ilustradora Camile Pasquarelli. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-uPBwKj2qW/>>. Acesso em 20 de setembro de 2021.

<sup>98</sup> Chico Rei. Disponível em: <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-alas-11888.html?gender=F>>. Acesso em: 21 de set. de 2021.

### Ilustração 65 - Camiseta *Alas*



Fonte: Chico Rei<sup>99</sup>

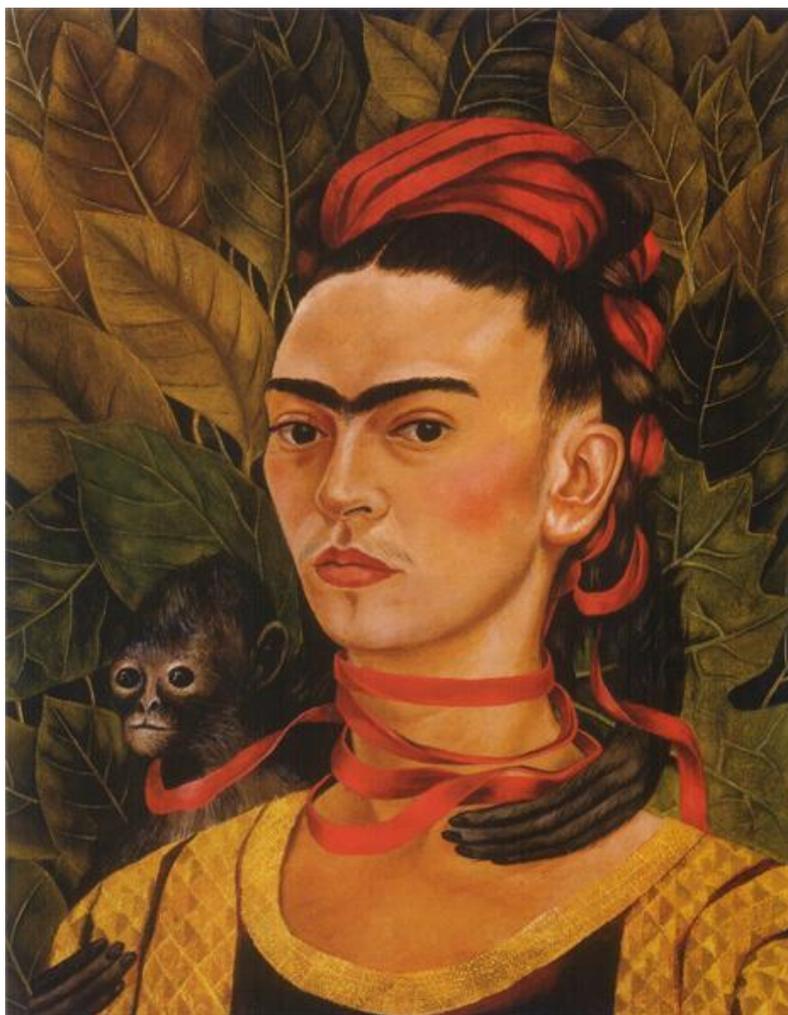
A Camiseta *Alas* une diferentes elementos relacionados à pintora Frida Kahlo: a começar pela frase “*Pies para qué los quiero si tengo alas para volar*”. A frase em questão foi escrita no diário da pintora quando ela soube que deveria amputar seu pé direito de forma a controlar uma gangrena e como observado no item 2.4.3 do capítulo 2 está presente em muitos dos casos de apagamento relacionado à pintora, justamente por ser retirada de seu contexto e ser reproduzida como uma frase solar. Não diria que a frase por si só tem esse mesmo efeito na estampa da *Chico Rei*, no entanto, a descrição da estampa promove essa leviandade ao estabelecer a relação entre as asas serem resultantes da criatividade da pintora finalizando tristemente com a frase: “Quem tem asas não precisa de pés!”, enquanto, de acordo com relatos em seu diário e na biografia Frida Kahlo, a pintora estava imersa na tristeza motivada pela amputação do pé e parte da perna.

O desenho mantém a estética dos autorretratos de Frida Kahlo: o fundo é repleto de folhagens, a presença dos pássaros que também faz alusão a frase remetendo a ideia de voo, tais elementos também aproximam a ilustração da categoria *Fauna e Flora*. A pose da pintora

<sup>99</sup> Chico Rei. Disponível em: <https://chicorei.com/camiseta/camiseta-alas-11888.html?gender=F>>. Acesso em: 21 de set. de 2021.

também é muito recorrente em suas obras e para aproximar ainda mais o consumidor da ideia de Frida Kahlo, acessórios como as flores no penteado do cabelo e a echarpe compõem a figura. Na ilustração 66 podemos identificar a utilização da estética de Kahlo para referenciar a camiseta reforçando as folhagens, a presença de animais e a pose.

**Ilustração 66 - Autorretrato com um macaco, 1940**



Fonte: WikiArt<sup>100</sup>

Logo, percebe-se que o designer da camiseta *Alas* se apropriou da estética das próprias obras de Frida Kahlo através das folhagens e dos animais, que nesse caso também estabelece uma dupla conexão com a frase, primeiro pela frase ser de autoria da própria Kahlo e segundo pelo uso dos pássaros para remeter ao ato de voar.

---

<sup>100</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-with-monkey-1940>>. Acesso em: 05 de out. de 2021.

#### 4.3.2.8 Camiseta *Echame Tierra*

A Camiseta *Echame Tierra* é uma das poucas que não possuem nenhum comentário sobre a ilustração vindos da própria loja em seu site.

**Ilustração 67** - Camiseta *Echame Tierra*



Fonte: Chico Rei<sup>101</sup>

A camiseta possui elementos que já foram discutidos aqui anteriormente: a ideia de aura por meio da aureola juntamente às estrelas colocadas ao redor da mesma, as flores e folhagens promovendo um contorno na imagem da pintora, a faixa utilizada como suporte para a frase “échame tierra y veras como florezco” que também é reproduzida em outras imagens como pode-se observar na ilustração 68. A frase vem de uma expressão do espanhol, “échar a tierra” seria equivalente a cair por terra no Brasil, sendo relacionado ao fim, destruição de algo, no caso da frase se aproximaria de “me jogue na terra e verás como eu floresço”. A imagem da pintora é infantilizada na ilustração, e obviamente o penteado da pintora composto pela coroa de flores e a sobrancelha unida são presentes. Além disso, é a única imagem em que Kahlo

<sup>101</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-echame-tierra-15106.html?gender=F>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

aparece com um cigarro, retratando um hábito da pintora. A pose também é parecida com pose de retratos da pintora (ilustração 69).

### Ilustração 68 - Usos da frase "Échame Tierra y verás como florezco"



Fonte: Pinterest<sup>102</sup> / Facebook<sup>103</sup>

### Ilustração 69 - Frida com cigarro



Fonte: Cultura Inquieta<sup>104</sup> / Nickolas Muray<sup>105</sup>

A infantilização da imagem de Frida Kahlo é recorrente em diversos objetos tanto midiáticos como de consumo. Em alguns casos os objetos são destinados às crianças, mas em outros a imagem é destinada ao consumo adulto, como podemos ver nas ilustrações 70 e 72.

<sup>102</sup> Pinterest. Disponível em: < <https://www.pinterest.dk/pin/479211216602614810/> >; < <https://br.pinterest.com/amp/pin/596375175639340875/> >. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>103</sup> Facebook. Disponível em: < <https://www.facebook.com/YoAmoLaVidayLaVidaMeAma/photos/a.610055075692072/4145345652162979/?type=3> >. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>104</sup> Cultura Inquieta. Disponível em: < <https://culturainquieta.com/es/foto/item/11849-frida-kahlo-por-su-fotografo-y-amante-nickolas-muray.html> >. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>105</sup> Nickolas Muray. Disponível em: < <https://nickolasmuray.com/frida-kahlo> >. Acesso em: 01 de out. de 2021.

### Ilustração 70 - Usos para o público infantil



Fonte: Amazon<sup>106</sup>/ Guia Infantil<sup>107</sup>

### Ilustração 71 - Outros usos da imagem infantilizada



Fonte: Elo7<sup>108</sup> / Elo 7<sup>109</sup>

A infantilização distancia um pouco a ilustração da artista, ainda assim, na camiseta são mantidos elementos que remetem à pintora como já dito acima: alguns traços de sua face, como elementos presentes em suas obras. A frase aproxima a camiseta de uma mensagem de empoderamento e autoconfiança diante das adversidades possíveis. E pode-se indicar uma aproximação da ilustração, mesmo com traços infantis das fotografias feitas por Nickolas Muray.

<sup>106</sup> Amazon. Disponível em: < <https://www.amazon.com.br/Frida-Kahlo-para-meninas-meninos/dp/8556480004>>. Acesso em 01 de out. de 2021.

<sup>107</sup> Guia Infantil. Disponível em: < <https://www.guiainfantil.com/ocio/cuentos-infantiles/biografia-en-cuento-de-frida-kahlo-que-anima-a-los-ninos-a-superarse/>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>108</sup> Elo 7. Disponível em: < <https://www.elo7.com.br/caneca-frida-kahlo/dp/135F43D>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>109</sup> Elo 7. Disponível em: < <https://www.elo7.com.br/quadro-poster-frida-kahlo/dp/FD0494>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

#### 4.3.2.9 Camiseta *Hecho por Frida*

Sobre a camiseta o site informa:

Frida Kahlo...Quanta força pode haver num nome? Um tanto, mas não basta que as vogais e consoantes se ajeitem de forma simétrica e sonora para que esse tanto cause impacto. É preciso que o nome venha de um corpo feito de carne, sangue e humanidades. Um ser vivo só acha consonância num ser igualmente vivo ou mais, e Frida foi.

Foi tão viva, mas tão viva, que, mesmo depois da travessia, suas flores deixadas seguem fazendo jardins quando o vento passa. Não teve filhos de sangue - queria os ter - mas criou e deixou uma herança intelectual para quem quisesse. Não sei se ela sabia que tanta gente quereria.

Bom, eu não vou ficar falando da musa quando a musa tem já suas próprias palavras. Espero que a partida seja feliz e espero nunca mais voltar.

Tô brincando. Volto na próxima estampa. Frida tem uma coleção oficial aqui na Chico Rei, então tem muita coisa pra contar ainda.<sup>110</sup>

#### **Ilustração 72 - Camiseta *Hecho por Frida***



Fonte: Chico Rei<sup>111</sup>

<sup>110</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-hecho-por-frida-18203.html?gender=F>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

<sup>111</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-hecho-por-frida-18203.html?gender=F>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

A camiseta *Hecho por Frida* traz apenas a assinatura da pintora como ilustração. As cores escolhidas foram amarelo e vermelho, que de acordo com a catalogação de cores da pintora indica: “AMARELO - loucura, doença, medo. Parte do sol e da alegria” (HERRERA, 2012, p. 346), não há uma definição para vermelho. O nome dado a camiseta “Hecho por Frida” juntamente à assinatura da pintura configura a ideia de que a pessoa que utiliza a camiseta foi feita por Frida Kahlo, sendo assim uma obra assinada pela autora. Em uma segunda leitura, descartando o nome da peça, a ilustração remete a ideia de marca, assim como Hollister, Calvin Klein e Nike (ilustração 73), sendo Frida Kahlo um logotipo.

De toda a forma, a maneira como a camiseta se une à pintora é obviamente pelo seu nome escrito como uma assinatura, mas que na verdade é o logotipo da marca Frida Kahlo, gerenciada no Brasil pela *Brand House Licensing*.

### Ilustração 73 - Camisetas com logotipo



Fonte: Elo7<sup>112</sup>/ Elo7<sup>113</sup>/ Zattini<sup>114</sup>

Ao longo da categoria empoderamento alguns elementos se repetem, o principal entre eles são as frases que estão presentes em quase todas as ilustrações, com exceção apenas na

<sup>112</sup> Elo 7. Disponível em: <<https://www.elo7.com.br/camiseta-masculina-hollister/dp/11C46A7>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

<sup>113</sup> Elo 7. Disponível em: <<https://www.elo7.com.br/camiseta-calvin-klein-tshirt-da-moda-feminina-barata/dp/1115AE0>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

<sup>114</sup> Zattini. Disponível em: <<https://www.zattini.com.br/camiseta-nike-sportwear-icon-futura-masculina-preto+branco-HZM-1299-026>>. Acesso em: 1 de out de 2021.

camiseta *Hecho por Frida*. Nas ilustrações foram observados movimentos de pós-produção incluindo as frases e imagens provenientes tanto de fotografias quanto de obras de arte. Componentes presentes na obra de Frida Kahlo também foram aplicados como os espinhos e o coração exposto em *No te demores*, a presença da vegetação em *Todo Vuela, Alas* e *Échame Tierra*. Na camiseta *Si, se puede!* a imagem da pintora foi somada à do pôster *We can do it* e a frase que remete tanto ao pôster quanto à campanha política à presidência dos Estados Unidos da América de Barack Obama em 2008, a *Yes, we can!*.

Assim, as ilustrações presentes nessa categoria além de estimular o empoderamento, com frases que indicam resiliência, força, autonomia, autoridade, amor-próprio e autoconhecimento, também possuem camadas de apropriações, inspirações e referências tanto sobre a obra quanto sobre a imagem da pintora. Sendo, de forma geral, uma categoria muito relacionada à personalidade de Frida Kahlo, possibilitando o (re)conhecimento da pintora. Tais ilustrações recordam a força de Frida Kahlo e a transmite para aqueles que consomem e para quem observa a camiseta já sendo utilizada. De forma geral, a imagem da pintora é bem representada não havendo grandes desvios e casos de apagamento na presente categoria.

### **4.3.3 FAUNA E FLORA**

Nas obras de Frida Kahlo muitos elementos se repetiam, dentre eles a presença de animais, flores e outros componentes da vegetação, assim macacos, pássaros, folhagens, raízes, flores e frutos eram observados com frequência como pode ser observado na ilustração 74. Tais elementos são transferidos para releituras, fazendo referência direta à obra e estilo de vida da artista que vivia rodeada dos mesmos itens.

### Ilustração 74 - As folhagens e animais nas obras de Frida Kahlo



Fonte: WikiArt<sup>115</sup>

#### 4.3.3.1 Camiseta *Jardins de Frida*

Sobre a camiseta a *Chico Rei* informa:

‘Eu pinto flores para que elas não morram’ e, da mesma forma, Frida Kahlo se imortalizou pelo elixir das tintas.

As flores eram tão reais quanto Frida, da mesma forma que era real seu sangue, suas facetas, seus vestidos, sobrancelhas e coluna. Frida passou pela Terra como uma revolucionária que tinha como armas seus pincéis e jardins. Era constrangedor para as armas de chumbo fazer menos estrago do que as pétalas de Frida, mas era essa sua resposta. Se a guerra tinha por propósito abrir feridas, sua arte tinha como resposta escancará-las, botá-las em carne viva, expô-las ao ridículo que são.

No final das contas, são só flores e, exatamente por isso, não são ‘só’.<sup>116</sup>

<sup>115</sup> WikiArt. Disponível em: < [https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/all-works#!#filterName:Genre\\_self-portrait,resultType:masonry](https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/all-works#!#filterName:Genre_self-portrait,resultType:masonry)>. Acesso em 5 de out. de 2021

<sup>116</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-jardins-de-frida-18204.html?gender=M>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

**Ilustração 75 - Camiseta *Jardins de Frida***

Fonte: Chico Rei<sup>117</sup>

A camiseta *Jardins de Frida* é composta por um retrato da pintora rodeado por plantas promovendo um contorno. Além das flores ao redor da artista a coroa de flores também foi feita. As flores mantêm forte relação com as obras da pintora conforme a descrição da ilustração fornecida pelo site e disponível acima e como podemos observar nas imagens abaixo (ilustrações 76 e 77). A pose de Frida Kahlo na camiseta segue algumas de suas fotografias (ilustração 78).

---

<sup>117</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-jardins-de-frida-18204.html?gender=M>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

**Ilustração 76 - Magnólias, 1945 / Flor da vida, 1943**



Fonte: WikiArt<sup>118</sup>

**Ilustração 77 - Natureza morta, 1942**



Fonte: WikiArt<sup>119</sup>

<sup>118</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/magnolias-1945>>; < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/flower-of-life-flame-flower-1943>>. Acesso em 1 de out. de 2021

<sup>119</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/still-life-round-1942>>. Acesso em: 1 de out. de 2021.

### Ilustração 78 - Fotografias de Frida Kahlo



Fonte: Getty Images<sup>120</sup> / Portal Pós<sup>121</sup>

A ilustração da camiseta é capaz de evocar a personalidade de Frida Kahlo por meio de seu retrato como também pela presença das flores que fazem parte do imaginário de Frida Kahlo, desde sua casa, hoje Museu Frida Kahlo, que é repleta de vegetação, nos seus acessórios, incluindo a tiara de flores e também expressa em suas obras como observado nos exemplos acima. Obviamente a presença do retrato é o principal elo com a pintora, mas as flores auxiliam na composição relacionado à personalidade de Kahlo a seus gostos e expressões.

<sup>120</sup> Getty Images. Disponível em: < <https://www.gettyimages.pt/fotos/frida-kahlo>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>121</sup> Portal Pós. Disponível em: < <https://blog.portalpos.com.br/quem-foi-frida-kahlo/>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

#### 4.3.3.2 Camiseta *Colibri*

A loja *Chico Rei* traz a seguinte informação sobre a camiseta:

‘Pés, para que te quero, se tenho asas para voar?’

Frida Kahlo tinha uma necessidade tão grande de viver, que nem seus pés puderam pará-la. Era um tipo especial de gente, teve o corpo limitado em diferentes camadas e reencontrou o movimento nas telas até então estáticas. Seus registros eram intimamente seus, mas, como sua dor era necessariamente humana, suas particularidades se mostraram também nossas. Era uma mulher que fazia questão de si e, com isso, fez a gente fazer questão dela também. De humano para humano, é uma honra ver seus olhos em nossa galeria!<sup>122</sup>

**Ilustração 79 - Camiseta *Colibri***



Fonte: Chico Rei<sup>123</sup>

Mais uma vez, por meio das descrições há uma romantização do sofrimento de Frida Kahlo, no entanto, neste caso a romantização não é transmitida através da camiseta, já que ela não possui grande relação com a ilustração. A estética da Camiseta Colibri muito se assemelha

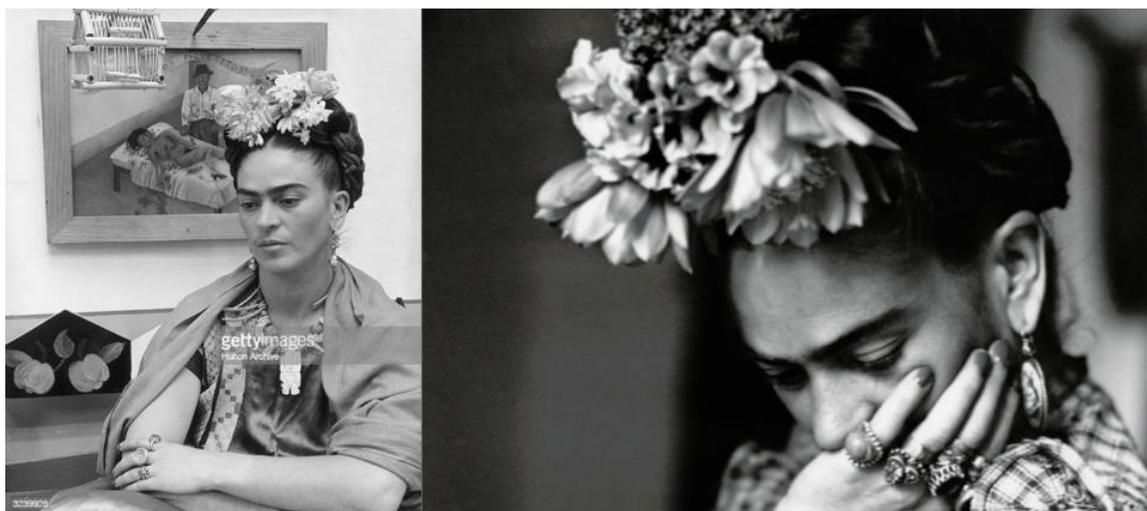
<sup>122</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-colibri-18206.html?gender=F>>. Acesso em: 01 de out de 2021.

<sup>123</sup> Chico Rei. Disponível em: <<https://chicorei.com/camiseta/camiseta-colibri-18206.html?gender=F>>. Acesso em: 01 de out de 2021.

a da Camiseta Jardins de Frida. Ambas possuem a imagem da pintora no centro com a tiara de flores, são rodeadas por flores e, no caso da Colibri, por cactos. Além dos cactos outro diferencial é a presença de um beija-flor.

Alguns elementos são facilmente identificados em fotografias da pintora assim como em suas obras a começar pela semelhança da tiara de flores com algumas presentes em fotografias (ilustração 80). Além disso, o colar da imagem se assemelha do colar utilizado em uma das fotografias mais reconhecidas da pintora, *Frida on White Bench* (ilustração 81), 1939, de Nickolas Muray. Sobre as obras, as flores e animais em geral são os destaques e diferenciais mais marcantes desta categoria, os pássaros podem ser observados na ilustração 82 com as obras *Autorretrato com Bonito*, 1941; *Eu e meus papagaios*, 1941; *Autorretrato com macaco e papagaio*, 1942.

#### Ilustração 80 - Destaque para as tiaras de flores



Fonte: Getty Images<sup>124</sup> / Escotilha<sup>125</sup>

<sup>124</sup> Getty Images. Disponível em: < <https://www.gettyimages.pt/fotos/frida-kahlo>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>125</sup> Escotilha. Disponível em: < <http://www.aescotilha.com.br/artes-visuais/visualidades/frida-kahlo-e-a-massificacao-da-cultura/>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

**Ilustração 81** - Detalhe de *Frida on White Bench*



Fonte: Própria autora

**Ilustração 82** – Compilado de obras com pássaros



Fonte: WikiArt<sup>126</sup>

<sup>126</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-with-bonito-1941>>; < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/me-and-my-parrots-1941>>; < <https://www.wikiart.org/pt/frida-kahlo/self-portrait-with-monkey-and-parrot-1942>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

Sendo assim, mais uma vez a conexão com Frida Kahlo se dá pelas referências de sua obra com a inclusão de flores e do pássaro. Em ambas as imagens, *Jardins de Frida* e *Colibri* o traço da gravura remete de fato ao universo artístico se assemelhando ao traço de lápis ou caneta. Dos retratos a inspiração se mantém, além do próprio rosto da pintora e da manutenção das poses presentes em fotografias e autorretratos, nos adereços como a tiara de flores e no colar. Logo, as duas formas combinadas remetem à pintora e sua obra, aproximando a camiseta de Kahlo e estabelecendo pontes entre sua personalidade e o objeto de consumo.

Mesmo que essa seja a categoria com o menor número de ilustrações há também as ilustrações que estão entre essa e outra categoria. Em *Alas*, por exemplo o elemento de maior peso foi a frase da pintora que transmitia a mensagem de superação e, portanto, incluiu-se na categoria *Empoderamento*; Em *Todo Vuela*, ocorre o mesmo movimento, a frase teve um peso maior na categorização, mas em ambos os casos havia as características ressaltadas na categoria *Fauna e Flora*, como os pássaros e folhagens compondo um destaque especial na ilustração, garantindo peso referencial relacionado às obras da pintora. Logo, as duas ilustrações citadas se localizam entre categorias, tendo ressaltadas as frases e mensagens de empoderamento através das mesmas.

De toda forma, tanto a ilustração *Jardins de Frida* quanto *Colibri* se aproximam do universo artístico pelos seus traços e têm acrescentadas a presença de flores, em caso de *Colibri* a presença de um pássaro e referências imagéticas da própria Frida Kahlo, seja por meio dos autorretratos da pintora ou de suas fotografias, mantendo a conexão com a pintora de duas formas: pela imagem da mesma como também pelas referências estéticas presentes em suas obras.

#### **4.3.4 HIBRIDAÇÃO**

A hibridação remete às junções entre produtos inicialmente distintos, mas que no objeto analisado são vistas em conjunto, ou seja, remete a mistura de itens diferentes resultando em uma nova estética. De certa forma, em todos os processos de releitura ocorre uma hibridação, mas nessa subcategoria destaca-se a união de dois itens bem distintos seja pela natureza, tempo histórico, ideologias, personalidades que nas ilustrações são aproximados.

#### 4.3.4.1 Camiseta *Instafrida*

A camiseta *Instafrida*, assim como a camiseta *Échame Tierra*, não possui nenhuma descrição sobre a ilustração presente no site da loja *Chico Rei*.

#### Ilustração 83 - Camiseta *Instafrida*



Fonte: Chico Rei<sup>127</sup>

Na camiseta *Instafrida*, mais uma vez a obra *Autorretrato com colar de espinhos e beija-flor* (1940) é utilizada como base para adaptação. É interessante observar que nesta adaptação o beija-flor não é retratado. A ideia geral da camiseta é trazer a referência da rede social digital Instagram através de seu layout e sua funcionalidade, como a localização, o elemento das legendas e as curtidas. Além de ter como referência um autorretrato da pintora a ilustração também apresenta componentes da biografia de Frida Kahlo como a sua localização: La Casa Azul, uma das casas em que a pintora viveu e atualmente Museu Frida Kahlo, o título da obra na legenda, os usos das hashtags autorretrato, selfie e arte, vinculando a ideia de autorretratos à ideia da selfie; e também a “curtida” de Trotsky na publicação feita, lembrando que Trotsky foi uma das pessoas com quem Kahlo manteve um romance.

Assim, é possível observar a hibridação marcante entre as tecnologias empregadas para produção e divulgação das obras na época de Frida Kahlo (entre 1923, quando começou a pintar

<sup>127</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://bityli.com/71LALV> >. Acesso em: 01 de out. de 2021.

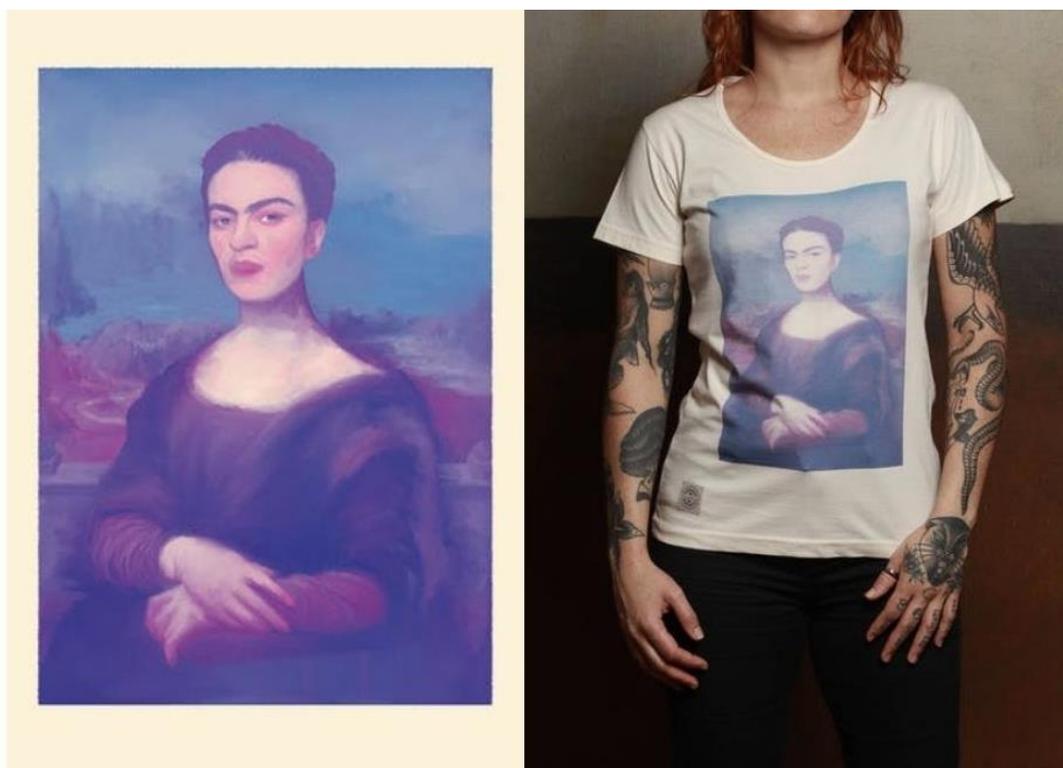
até 1954 quando faleceu) e a atualidade em que o Instagram se torna uma ferramenta para artistas que podem divulgar suas obras através dele. A camiseta une duas circunstâncias diferentes, mas também expressa o grande uso do Instagram para a reprodução das imagens atreladas à Frida Kahlo.

#### 4.3.4.2 Camiseta *La Frida*

Sobre a ilustração da camiseta o site informa:

Existe uma corrente que diz que a Mona Lisa seria um autorretrato do pintor Leonardo Da Vinci, vestido de mulher. Os autorretratos são bem frequentes na obra de Frida Kahlo, que se pintava em diversas situações. Nada melhor, então, do que imaginar como a mexicana se retrataria se tivesse o estilo e a ideia de Da Vinci. Essa é a camiseta La Frida!<sup>128</sup>

#### **Ilustração 84 - Camiseta *La Frida***



Fonte: Chico Rei<sup>129</sup>

Em *La Frida*, a imagem da pintora é unida à imagem de *Monalisa* (ilustração 85), também conhecida como *La Gioconda*, de Leonardo da Vinci. A obra que é original de 1503 é uma das mais conhecidas em todo o mundo e está instalada no Museu do Louvre, em Paris,

<sup>128</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://bityli.com/Sopjuu>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>129</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://bityli.com/Sopjuu>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

França. Na gravura ambas as referências do mundo das artes se misturam, confluindo diferentes épocas, estilos e personalidades.

**Ilustração 85 - *Monalisa (La Gioconda)*, 1503**



Fonte: WikiArt<sup>130</sup>

A obra *Monalisa*, assim como algumas obras de Frida Kahlo, é objeto constante da apropriação através dos usos de sua imagem original, como podemos observar na ilustração 86, em que são alteradas as formas de retratar *Monalisa*, atualizando-a, adicionando camadas de humor, da cultura pop e do cotidiano. Assim, em *La Frida*, duas apropriações diferentes são feitas criando uma nova configuração dos retratos de Frida Kahlo, a apropriação da imagem de Kahlo, assim como a apropriação da imagem da obra *Monalisa*. A associação a imagem de Frida Kahlo se dá tanto pelo uso de sua face, bem realista neste caso, como pelo universo da arte e daqueles que conhecem ambas as referências utilizadas para a hibridação.

---

<sup>130</sup> WikiArt. Disponível em: < <https://bityli.com/1e8IKq>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

**Ilustração 86 - Usos da imagem da Monalisa**



Fonte: Inspi<sup>131</sup>

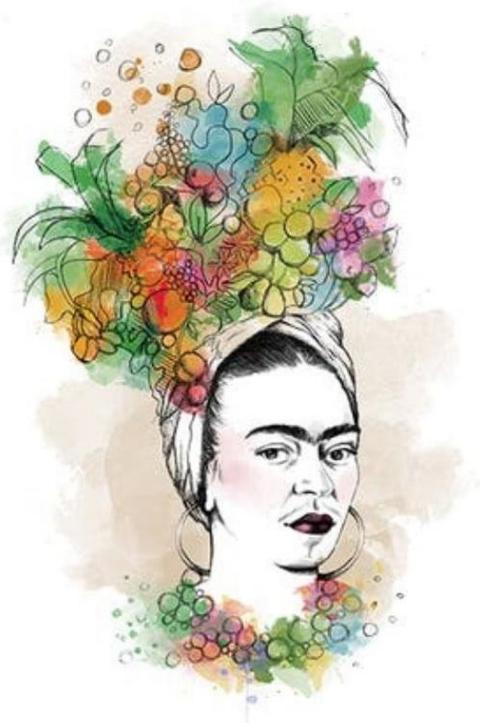
#### 4.3.4.3 Camiseta *Viva La Vida*

Sobre a ilustração a loja *Chico Rei* diz:

Poucos rostos são tão icônicos a ponto de não precisarem de legenda para identificar sobre quem se trata a imagem, não é mesmo? Pensando nisso, fizemos a fusão entre duas das mulheres mais icônicas e talentosas da cultura pop: Carmem Miranda e Frida Kahlo. Um mashup que literalmente dispensa apresentações e vem abrilhantar a Coleção Oficial Frida Kahlo na Chico Rei.<sup>132</sup>

<sup>131</sup> Inspi. Disponível em: < <https://bitly.com/FJxH7Y>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

<sup>132</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://bitly.com/mbhRRp>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

**Ilustração 87 - Camiseta Viva La Vida**

Fonte: Chico Rei<sup>133</sup>

Como a própria descrição da ilustração informa nesse caso há uma combinação entre duas figuras femininas que foram/são ícones da cultura pop: Carmen Miranda (ilustração 88) e Frida Kahlo. Nessa hibridação, o turbante de frutos substitui a icônica tiara de flores geralmente utilizada para fazer referência à pintora. A camiseta mantém os traços que remetem à ilustração, mantendo dois contrastes: entre a pintora, uma vez que as frutas e adornos do colo são coloridos enquanto a imagem da pintora é majoritariamente branca com contornos em preto e entre o próprio traço, já que a figura de Kahlo é muito bem definida enquanto os adornos são mais fluídos.

---

<sup>133</sup> Chico Rei. Disponível em: < <https://bitly.com/mbhRRp>>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

**Ilustração 88** - Capa do filme *Carmen Miranda: Bananas is my bussines*



Fonte: Sebo Querelle<sup>134</sup>

A junção das duas imagens aproxima mundos diferentes dentro do universo das artes, a música e o cinema com a arte plástica. O que une ambas são as repercussões na cultura pop. Miranda foi uma das expoentes da cultura brasileira no exterior e ambas as artistas são contemporâneas, Kahlo viveu entre 1907 e 1954, enquanto Miranda viveu entre 1909 e 1955. Ainda assim, a imagem de Carmen Miranda é um pouco mais restrita ao público brasileiro e norte-americano, ambientes em que suas obras foram mais conhecidas. Com isso a ilustração aproxima Kahlo, um ícone mexicano, da cultura brasileira por meio de Carmen Miranda.

É na categoria *Hibridação* que os movimentos de pós-produção ficam mais estranhos por conta das diferenças entre as referências aplicadas em conjunto, mesmo que essas possuam algo em comum: Frida Kahlo + Instagram se encontram e promovem a relação entre selfie e autorretrato; Frida Kahlo + Monalisa são unidas pelo universo das artes; Frida Kahlo + Carmen

<sup>134</sup> Sebo Querelle. Disponível em: <  
[https://www.seboquerelle.com.br/produto/visualizar/959/carmen\\_miranda\\_bananas\\_is\\_my\\_business/](https://www.seboquerelle.com.br/produto/visualizar/959/carmen_miranda_bananas_is_my_business/)>. Acesso em: 01 de out. de 2021.

Miranda se aproximam por serem personagens pop que representam seus respectivos países (México e Brasil). De alguma forma as hibridações estão presentes em praticamente todas as outras ilustrações, em *La Artista*, por exemplo, há uma junção entre Frida Kahlo e elementos místicos, unindo a ideia de carta de Tarô, como também da aureola do universo católico e a referência na fotografia *Frida with Magenta Rebozo*, de Nickolas Muray.

#### 4.4 ILUSTRANDO UM PROCESSO

Ao longo do tópico 3 do capítulo 4 as ilustrações das camisetas da loja *Chico Rei* foram analisadas e interpretadas buscando verificar movimentos característicos da pós-produção em tais imagens. Foram interpretadas 23 ilustrações que foram divididas em 4 categorias: Maravilhoso, Empoderamento, Fauna e Flora e Hibridação. Ainda assim, algumas ilustrações, fortemente marcadas por características de duas categorias ficaram entre categorias, sendo categorizada naquela que houve mais força ou referência direta e maior, constam nessa situação as camisetas *Soy mi propia musa* (Maravilhoso + Empoderamento), *El Venado Herido* (Maravilhoso + Empoderamento), *Alas* (Empoderamento + Fauna e Flora), *Sí, se puede* (Empoderamento + Hibridação), *Flores Pintadas* (Maravilhoso + Fauna e Flora).

Mesmo que categorizadas em diferentes conjuntos, há muitas semelhanças entre as ilustrações previamente separadas. Como era de se esperar, muitas são artes feitas através de fotografias ou das próprias obras de Frida Kahlo. Dentre essas algumas foram repetidas: como a fotografia *Frida with Magenta Rebozo*, de Nickolas Muray que foi referência para *La Artista*, *El Sol*, *Frida Kahlo* e *No te demores*. As obras da pintora foram replicadas em alguns casos, como *El Venado Herido*, *Todo Vuela* e *InstaFrida*. E a estética e traços da pintora foram aproveitados em *Costillas*, *Alas*, *No te demores*, *Colibri* e *Jardins de Frida*.

Com exceção de uma das ilustrações da categoria *Empoderamento* (*Hecho por Frida*) além de haver uma exaltação da personalidade de Kahlo, há frases da artista. Em alguns casos, a cultura do México foi fortemente acionada com elementos tradicionais como em *El Sol*, *Frida Calavera* e *Frida Kahlo*. E dentro de algumas categorias pode-se perceber a construção, mesmo que tímida, da relação entre Frida Kahlo e o feminismo, como em *Soy Mi propia musa*, *No te demores*, *Si, se puede* e *Kahlo*, seja pela ligação com o sagrado feminino, pelos valores muito queridos ao movimento atualmente, como o amor próprio, o empoderamento e a independência, ou até mesmo pela presença da cor lilás/ roxa.

A interpretações foram desenvolvidas com o intuito de ilustrar os processos comentados nos capítulos anteriores, a reprodutibilidade, assim como a pós-produção e as mediações através

das inferências incluídas em cada ilustração. O objetivo é que ao tratar uma apropriação, indicar uma referência, similaridades e inclusão de camadas, esses movimentos sejam observados e trazidos para a realidade empírica, possibilitando uma compreensão do processo através de formas fáceis de se observar. Obviamente, nesses processos de descrição, análise e interpretação há também as diferentes possibilidades de leituras, sendo essa, apenas uma delas.

De toda a forma as camisetas são capazes de ilustrar os movimentos descritos na parte teórica deste trabalho, uma vez que através delas podemos observar a emancipação do espectador, os processos de mediações no desenvolvimento de um objeto e principalmente o movimento de pós-produção. Partindo da ideia de que os designers que desenvolveram tais ilustrações são parte de um ambiente midiático e possuem nesse ambiente milhares de referentes, e com isso relacionam a imagem de Kahlo a cultura do México e da América Latina, a determinados vestuários, temáticas, e principalmente frases, fotografias e obras da pintora, o que exigem conhecimento sobre ela, sua identidade e ao que ela é relacionada atualmente reforçando tais laços.

Dentre as categorias duas podem ser facilmente associadas à reauratização: *Maravilhoso* e *Empoderamento*, já que essas possuem os elementos que mais se aproximam da identidade ou são atrelados ao feminismo, como componentes da cultura mexicana e latino-americana, frases de empoderamento, que indicam resiliência e autonomia. Mas dentre os elementos estéticos, além da conceitualização por trás da ilustração, há a presença de elementos do sagrado, aplicados principalmente na categoria *Maravilhoso*, como o Sagrado Coração, o Olho que tudo vê e a própria representação da aureola, o que evidencia uma forma de reintroduzir a aura, mesmo em imagens muito reproduzidas, aplicando de uma nova maneira a ideia de culto em imagens com alto valor de exposição.

Assim, percebe-se que nas ilustrações analisadas há uma integração por parte dos designers de itens presentes em imagens carregadas de valor de culto, aplicando a ideia do sagrado às imagens pop, o que demonstra uma alteração nas formas de interação com as imagens, reforçando a ideia de hibridizações, aplicações e bricolagens como formas possíveis de reauratização. Dessa forma, as experiências estéticas relacionadas às imagens tornam a reauratização possível até mesmo de forma iconográfica com a inserção desses elementos.

No próximo capítulo a segunda etapa de análise será desenvolvida, já em uma perspectiva interpretativa. Ela toma como base as entrevistas feitas com alguns consumidores da loja *Chico Rei* que compraram as camisetas da coleção Frida Kahlo. O objetivo dessa análise

é aprofundar ainda mais as ideias de mediações, buscando identificá-las entre os consumidores em questão. Tal análise interpretativa será feita através dos chaveamentos das “mediações culturais da comunicação” elaborados por Guillermo Orozco Gómez (2005) a partir da proposta já bem conhecida de Jesús Martín-Barbero (1997). Com as duas análises feitas pretende-se observar as experiências estéticas em torno desses produtos buscando a promoção da aura, culminando na reauratização de Frida Kahlo.

## 5 MAPEANDO ALGUMAS MEDIAÇÕES

Recapitulando as etapas do trabalho, primeiro foi percorrido um caminho histórico, apresentando de maneira breve a biografia de Frida Kahlo, abordando alguns pontos facilmente identificados em suas obras, suas principais inspirações e ideologias. Uma discussão sobre a relação da pintora com o feminismo, a identificação de modos como ela é representada e alguns dos suportes que a apresentam foi promovida, além de abordar a relação íntima entre arte e objetos de consumo. Aproveitando o debate sobre arte e consumo a discussão se encaminhou para um plano ainda mais teórico com as leituras de Walter Benjamin (2012) e Nicolas Bourriaud (2009a,2009b) sobre a reprodutibilidade técnica e as experiências relacionadas à arte na atualidade. Benjamin (2012) aborda a reprodutividade apresentando os conceitos de valor de culto, valor de exposição e aura, anunciando que a reprodutibilidade técnica seria capaz de alterar as percepções estéticas do público de arte. Enquanto Nicolas Bourriaud (2009a,2009b) aborda essas novas formas de percepção estética indicando uma mudança de eixo na aura que não está mais presente na obra de arte e no fato dela ser autêntica ou não, mas sim no espectador dessa obra e nas formas de interação entre sujeitos, objetos e formas. Ou seja, a aura se encontra nos processos relacionados à arte e não ligada exclusivamente ao objeto artístico.

Ainda no segundo capítulo uma perspectiva de identidade, reconhecimento e partilha do sensível discutidas respectivamente por Judith Butler, Ricouer e Rancière servem como base para retomar a relação da pintora com o feminismo. As abordagens buscam construir o raciocínio que rege a pesquisa: a de uma possível reauratização de Frida Kahlo relacionada à política através do consumo. Portanto, é importante que as teorias sejam articuladas a ponto de auxiliar no entendimento das práticas que promovem experiências estéticas com objetos relacionados à pintora. Assim, a partilha do sensível se dá por meio do consumo dos diversos

objetos lembrados ao longo da pesquisa, esse consumo é tido como um exercício de cidadania, como foi visto em parte do *Capítulo 2* com Omar Rincón (2016), como também com Néstor García Canclini (1997) no *Capítulo 3*.

Entre Frida Kahlo e as experiências estéticas possibilitadas com o consumo de objetos relacionados a ela, existem muitos processos complexos de comunicação que são abordados no *Capítulo 3* juntamente com as discussões sobre espectadores emancipados e a possibilidade de produção de sentidos e dos mais variados produtos. A comunicação aparece como papel crucial para o estabelecimento de signos que serão usados no consumo para afirmações da própria identidade, assim como reconhecimento mútuo entre consumidores. A compreensão sobre as mediações se torna fundamental para o entendimento das múltiplas Fridas criadas através das muitas inferências, hibridações e movimentos que se entrelaçam. É através delas que se pode observar a relação entre consumidores e objetos, assim como as conexões acionadas durante a compra e uso das camisetas, objeto empírico selecionado para a pesquisa.

As ilustrações dessas camisetas foram analisadas e interpretadas de modo a indicar movimentos da pós-produção, tornando evidente ressignificações, reconhecimentos, inferências, hibridações, apropriações e aproveitamento de referências já existentes, como também pessoais, indicando elementos culturais, sociais, étnicos e outros. Nas interpretações foi possível também identificar elementos que foram usados nas próprias obras da pintora, assim como a relação entre ela e o México, a cultura nacional, como também latino-americana, frases da pintora, autorretratos e fotografias.

Após a análise interpretativa das ilustrações presentes nas camisetas da coleção *Frida Kahlo* da loja *Chico Rei*, agora a discussão se volta para o consumidor que adquiriu algumas dessas peças. Para realização desta etapa o seguinte trajeto foi percorrido: A partir dos dados divulgados na *Galeria* da loja *Chico Rei* foi possível encontrar on-line 14 pessoas que utilizaram o recurso, dentre as quais 9 responderam a um formulário disponibilizado pela plataforma *Google Formulários*. Um segundo contato foi feito buscando mais informações com os entrevistados, no entanto, apenas 5 responderam às perguntas dessa entrevista. As respostas obtidas através das entrevistas auxiliam, primeiro, na verificação da ideia de as camisetas serem utilizadas por uma motivação profunda relacionada a identificação entre a pintora e os consumidores, assim como ser um instrumento para partilhas, e segundo, na compreensão de alguns cruzamentos culturais presentes nos processos de consumo e produção de sentidos relacionados à pintora Frida Kahlo.

Tais respostas foram analisadas com base nos chaveamentos propostos por Guillermo Orozco Gómez (2005) articulados a partir da teoria das mediações culturais da comunicação de Jesús Martín Barbero (1997). As mediações observadas através da entrevista foram: mediação cognitiva, mediação situacional, mediação institucional e de referência, estas serão melhor abordadas ao longo da análise.

## **5.1 DE QUAIS MEDIAÇÕES ESTAMOS FALANDO**

As produções culturais muitas vezes constituídas como objetos de consumo, possibilita a comunicação de memórias e experiências e é dessa forma que os processos de produção dos sentidos atrelados às camisetas são vistos nessa pesquisa. Nesse contexto, o espaço da comunicação se torna estratégico para sujeitos sociais que reafirmam sua identidade expressando as conciliações existentes entre os diversos fatores que a constituem (MARTÍN-BARBERO, 1997). Esses fatores, para Jesús Martín-Barbero (1997) chamados de mediações culturais, atravessam os sujeitos evidenciando que a produção de sentidos ocorre em meio à interseções que unem diferentes círculos presentes na vida destes, como crenças religiosas, elementos da cultura popular, da alta cultura, preceitos familiares e tantos outros.

Ou seja, os estudos sobre as mediações buscam a compreensão sobre “as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 258). Tais estudos buscam compreender fenômenos em sua complexidade considerando os muitos elementos presentes na comunicação e as articulações sociais que operam em conjunto aos processos de percepção considerando a subjetividade dos atores sociais. Afinal, trata-se de “uma linguagem que procura dizer da imbricação na economia da produção simbólica e da política na cultura sem se restringir a uma operação dialética, já que mistura saberes e sentires, seduções e resistências que a dialética desconhece” (idem, p. 259).

Entender as mediações possibilita a compreensão de disputas que ocorrem no campo simbólico e são expressas através das produções de sentido, evidenciando muitos elementos que constituem uma identidade. No campo do consumo, essas identidades são reforçadas e a luta simbólica se presentifica na partilha do sensível gerando laços afetivos entre os sujeitos, compondo novas formas de exercício da cidadania e política.

O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais

decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais (MARTÍN-BARBERO, 1997, 290).

Buscando compreender melhor a reauratização de Frida Kahlo no consumo de camisetas ilustradas com a imagem da pintora, buscamos mediações existentes para verificar motivos pelos quais as pessoas consomem tais camisetas e se relacionam com a pintora, para mapear identificações que permitem que esses sujeitos vivenciem experiências de partilha, reconhecimento e conscientização durante o consumo. Para a presente pesquisa as mediações serão abordadas através do recorte de Guillermo Orozco Gómez (2005). Mesmo que o autor tenha proposto chaveamentos de “mediações culturais da comunicação” voltadas para a televisão, aqui elas serão discutidas considerando as camisetas como mídia e a relação dos consumidores com as mesmas. Assim, serão consideradas as formas e as referências as quais Frida Kahlo está atrelada permitindo uma leitura dos processos interpretativos relacionados à pintora, assim como os movimentos de reauratização possibilitados pelos usos e as formas de se relacionar com os produtos da pintora e com sua imagem.

Muitas vezes os espectadores, e nesse caso consumidores, ao receberem uma informação ou lidarem com determinados produtos (sejam eles midiáticos, midiaticizados, de consumo, culturais e tantos outros) acionam “suas próprias capacidades, história e condicionamentos genéticos e culturais específicos” (OROZCO GÓMEZ, 2005, p.32) desencadeando a mediação cognitiva. Também chamada como *scripts* já que são mediações que ordenam sequências (reações e encaminhamentos) esperados de acordo com as interações sociais, como as familiares, por exemplo. Ou seja, há um “consenso social ou institucional” que provem significações e sentidos para interações determinadas além disso, é possível prever relações que possam ser criadas através do que é considerado apropriado para a situação (ibidem).

A mediação situacional, como o próprio nome indica, refere-se às modulações que as situações podem desencadear. No caso da pesquisa essa mediação aparece quando o consumidor/espectador compra ou usa a camiseta condicionados a uma situação específica, ou até mesmo age de determinadas maneiras quando está usando a camiseta. A mediação situacional é a que mais se distancia das outras três observadas nas respostas. Também é importante ressaltar que na maioria das respostas mais de uma mediação foram identificadas,

até mesmo pelas similaridades e relações entre elas, reforçando a complexidade dos processos observados.

As instituições constituem de forma significativa a forma do sujeito se relacionar com o mundo, são através delas que se tem a ideia de pertencimento e criam-se papéis importantes para as vivências. Dessa forma, as mediações institucionais também são de extrema importância para a relação dos sujeitos e seus objetos. Como instituições pode-se ter: família, escola ou outras relacionadas a educação, partidos políticos, grupos sociais, a empresa em que se trabalha e desempenha função, ambientes culturais e tantos outros. Tais instituições possuem “conjuntos de tradições, valores, informação e atitudes, que tratam de infundir em todos os membros, para manter a coesão do grupo e garantir sua reprodução” (OROZCO GÓMEZ, 2005, p. 35). Assim, dentro dessas instituições há valores e significações que influenciam no processo de recepção.

Por fim, a última mediação a ser considerada é a de referência. Nesses casos no processo de recepção diversos referentes são acionados e aqui incluem algumas das instituições e também fatores já mencionados nas mediações cognitivas, como a família, o nível de escolaridade, ou até mesmo a orientação da educação, assim como referentes culturais, de gênero, de classe social, etnia, cor/raça, idade e origem geográfica (OROZCO GÓMEZ, 2005). Pela gama de fatores é uma mediação muito observada na pesquisa, principalmente pelas relações de gênero, já que a pintora foi lembrada mais de uma vez por ser “um exemplo para mulheres”.

## **5.2 COM QUEM ESTAMOS FALANDO**

Na primeira entrevista as perguntas se voltaram para a escolha da camiseta, as formas de uso e as possíveis relações entre o consumidor e Frida Kahlo. Já na segunda, as perguntas foram formuladas de forma a traçar um perfil desses consumidores, entretanto, ao longo do processo alguns entrevistados deixaram de responder aos contatos. Através das respostas foi buscado identificar as mediações institucionais, situacionais, cognitivas e de referência no processo de consumo. Como informado anteriormente apenas 5 pessoas participaram da segunda entrevista constituindo os seguintes dados apresentados abaixo que mesclam informações de ambas as entrevistas.

A F.A.<sup>135</sup>, de 35 anos é turismóloga de formação e atualmente trabalha com marketing digital. A mineira de ouro preto não participa de nenhum movimento político, mas se considera contrária ao governo Bolsonaro. F.A. ressaltou em sua entrevista o apreço pelas estampas das camisetas da *Chico Rei*, que também é mineira, assim como o propósito da marca. As relações com a pintora e com a camiseta perpassam pelo gosto como podemos observar nas duas respostas dadas respectivamente às seguintes perguntas: *Como você se relaciona com a pintora?* e *Como você se relaciona com a camiseta?*

Gosto principalmente das obras e do seu posicionamento político e social dentro do seu tempo.

Gosto de usar camisetas com estampas para afirmar posicionamentos e pelas mensagens muitas vezes divertidas.

F.A também afirmou se identificar com Frida Kahlo pelas mediações de gênero, indicando que a pintora tem uma força significativa e é uma mulher que a inspira.

A segunda entrevistada, M.B., reside no estado do Paraná no Sul do país e trabalha como socióloga. Além de indicar sua ideologia política como voltada para a esquerda, M.B. também se afirma como militante, mesmo que não seja de um movimento específico. A jovem de 27 anos fez a compra da camiseta “pelo apreço à Frida, em sua figura e personalidade, e também por achar a estampa bonita” e indica mediações institucionais e cognitivas ao expressar a sua relação com a pintora:

Minha relação com a Frida iniciou-se pela sua imagem amplamente difundida através do movimento feminista, o que me fez aprofundar mais na história dela, e me encantar com sua história de vida, personalidade e sua arte.

Ao ser responder sobre o motivo com o qual ela se identifica com a camiseta M.B. ressalta a questão do gênero identificadas em mediações referenciais, além das cognitivas:

Identifico no sentido de prestar uma homenagem à artista, acho que o uso da camiseta já diz muito sobre mim às pessoas que me vêem usando-a. Me identifico por apoiar e admirar uma mulher "transgressora" como Frida.

I.A. a terceira entrevistada é de Russas, no Ceará, nordeste brasileiro e, tem 32 anos e atua como professora. Também tem como ideologia política voltada à esquerda e mesmo

---

<sup>135</sup> Os nomes dos entrevistados serão preservados, por isso serão fornecidas apenas as iniciais dos nomes dos mesmos.

não participando de nenhum movimento social citou o feminismo em suas respostas (respectivamente respostas das perguntas *Como você se relaciona com a pintora, Como você se relaciona com a camiseta, Qual o motivo de identificação? [com o produto]*):

Acho a Frida incrível para a História da arte no México e também para o feminismo.

Gosto que as pessoas saibam que eu sou feminista e me inspiro na história de Frida.

Sou mulher, sou feminista.

A quarta entrevistada é G.M. de Itapevi, São Paulo, no sudeste do país. A estudante de 19 anos cursa o ensino superior e participa das pautas sociais como pode, mesmo não estando atrelada a nenhum grupo oficial. G.M. informa que a camiseta foi escolhida pela ilustração que traz uma releitura da obra de Frida Kahlo (O veado ferido). Além da obra a imagem também tem uma frase da pintora que tem um significado muito importante para a consumidora, como observado na resposta da questão: Qual o motivo da identificação [com o produto]:

A mensagem de que podemos aguentar muito mais do que acreditamos foi forte p mim nesses últimos anos, devido ao diagnóstico de depressão.

Também foi percebido que a forma como G.M. se relaciona com a camiseta é profunda e expressa a identificação da entrevistada com o produto e com a pintora:

Usei a camiseta poucas vezes, acho q a guardo para ocasiões especiais, acho que não penso em causar um efeito ou sensação no outro com ela, é mais sobre como ela faz eu me sentir, a identificação com a frase e a imagem.

O último entrevistado é O.S., de 45 anos, que vive em Recife, Pernambuco e atua como administrador. O.S. ressalta em suas respostas a admiração pela carreira de Frida Kahlo e sua trajetória evidenciando o recorte de gênero. Ao longo das respostas o entrevistado também indica que conhece bem a história de Kahlo assim como o apreço pela cultura mexicana.

Admiro a luta política e artística.<sup>136</sup>

A artista tem uma história de vida que é baseada em muita luta para conquistar seu espaço no meio artístico, e no período de sua trajetória era complicado ser uma mulher atuante, e com o agravante de sua doença para complicar ainda mais seu

---

<sup>136</sup> Resposta da pergunta *Como você se relaciona com a pintora?*

trabalho. Sendo então ela uma guerreira que tem um trabalho incrível, comecei buscar dados e assim me tornei um tímido admirador.<sup>137</sup>

Após fazer um levantamento dos entrevistados que responderam aos dois contatos, assim participando das duas entrevistas, agora as a análise interpretativa se volta com mais profundidade às respostas da primeira etapa de entrevistas. A partir de agora as respostas consideradas são as dos nove participantes, já que se trata da primeira entrevista. Nesta etapa o foco foi a relação entre os consumidores, Frida Kahlo e as camisetas compradas. A primeira pergunta busca identificar se os consumidores conheciam a pintora e todos responderam que sim, ainda indicaram que não conhecem apenas sua imagem como também sua história. Daqui se destacam duas respostas, a primeira que enfatiza a exclusividade da estampa, assim como a *Chico Rei* estar atrelada a marca *Frida Kahlo* (foi a única resposta que enfatizou tal aspecto) e a segunda que indica uma identificação da consumidora com a pintora:

Conhecia muito antes de comprar as camisetas (tenho mais de uma camiseta dela, além de uma tatuagem bem em cima do peito com o rosto dela). Frida foi uma mulher sensacional, muito à frente de seu tempo, autêntica, feminista (mesmo o conceito não existindo na época), batalhadora, forte, guerreira. Ela é um símbolo e uma inspiração para nós mulheres!

Durante o processo de identificação das mediações existentes na relação entre *produto X consumidores X Frida Kahlo* foram observadas as repetições de algumas palavras e expressões mesmo em diferentes perguntas e entrevistados (as), estas também serão destacadas ao longo da análise, já que elas indicam similaridades na produção de sentido entre os entrevistados (as). Para analisar as respostas estas foram separadas por perguntas, posteriormente as expressões e palavras-chave foram observadas de forma a indicar consensos relacionados à Frida Kahlo como também as possíveis mediações. Algumas respostas serão destacadas, mas as entrevistas estão presentes na íntegra nos apêndices da pesquisa.

### 5.3 NA BUSCA DA IDENTIFICAÇÃO COM A PINTORA

A pergunta 5, *Como você se relaciona com a pintora?*, busca compreender os motivos pelos quais o público se conecta com Frida Kahlo. As respostas justificam a admiração que parte desses consumidores pela personagem. Dentre as expressões a que mais aparece é “à frente de seu tempo”, indicando não só o conhecimento sobre a biografia da pintora como também a distinção do tempo histórico em que Frida Kahlo viveu (1907 – 1954) e a atualidade (2021). A história da pintora, assim como sua personalidade também foram lembradas,

<sup>137</sup> Resposta da pergunta *Por que você decidiu comprar a camiseta com a imagem da Frida Kahlo?*

evidenciando que de fato, os consumidores entrevistados conheciam a biografia da pintora, assim como suas obras e a repercussão das mesmas, lembrando seu trabalho, sua grandiosidade, a importância de suas obras para a História da arte do México.

Palavras relacionadas ao feminismo, às lutas de Frida Kahlo, tanto políticas quanto sociais, assim como seu posicionamento foram mapeadas. Também relacionadas ao feminismo, adjetivos como: batalhadora, forte, autêntica, guerreira, são observadas, o que se aproxima a ideia de Janaina Feitoza Alves de Andrade (2019), já citada no *Capítulo 1* dessa dissertação, que enfatiza uma ressignificação de Frida Kahlo através das narrativas produzidas após a exposição *Frida Kahlo, conexões entre mulheres surrealistas no México*, sendo a pintora agora atrelada ao movimento feminista, principalmente pelas ideias de autonomia feminina, empoderamento, liderança e outros. Ainda ligada à ideia do feminismo, a pintora é vista como um símbolo e inspiração tanto para mulheres, no campo da arte e dos movimentos sociais.

Nessa primeira pergunta, ou categoria, foram identificadas três mediações, que em muitos casos se entrecruzaram. A mediação institucional foi a mais percebida de forma individual. Nas respostas ela foi observada através das relações com o movimento feminista e movimento social, o trabalho, assim como a função de pintora remetem às instituições que relacionam os consumidores à pintora. Já a mediação de referência foi observada atrelada a fatores que indicam que o consumidor conhecia a história da pintora, assim como suas obras, o que se relaciona principalmente aos conhecimentos culturais dos mesmos. A mediação cognitiva foi a que mais se misturou às outras justamente por estar muito entremeadada a fatores que são identificados em outras mediações, como o conhecimento da biografia da pintora que permite que os espectadores criem scripts e crie significações com tais conhecimentos prévios, sendo assim, o espectador carrega em Frida Kahlo a relação com o feminismo, com movimentos sociais, com a própria arte por já terem em si fatores de outras mediações.

Algumas expressões aproximam duas ou até as três das mediações citadas acima, como por exemplo: em “admiração pela luta política e artística” da pintora as mediações de referência, institucional e cognitiva são atreladas, afinal, expressam a questão do gosto implícita na admiração, assim como fatores relacionados a instituições políticas e do universo das profissões, da arte e que o consumidor conhece a história da pintora e faz conexões com a biografia da pintora. Nas expressões presentes entre as mediações cognitiva e de referência também são percebidas que a biografia da pintora gera repercussões nas produções de sentido dos espectadores que admiram a história pessoal da pintora e cruzando essas informações com a questão do gênero a interpretam como uma mulher forte e autêntica.

Na intersecção entre mediações institucionais e cognitivas se encontram as relações com o movimento feminista. Como citados logo acima as questões sociais e políticas de Frida Kahlo são ligadas ao movimento feminista pelas mediações dos espectadores que colocam as ações de Kahlo como relacionadas ao movimento feminista mesmo que a pintora não tenha se posicionado abertamente sobre o tema. Esses fluxos de interpretação foram ilustrados no infográfico abaixo (infográfico 1). De forma a auxiliar na compreensão, palavras e expressões foram retratadas como indicativos das mediações, no entanto tais palavras ganham a dimensão significativa dentro do contexto da frase e não isoladamente.

**Infográfico 1** - Expressões-chave sobre a relação com a pintora



Além das expressões indicadas acima, uma das respostas merece destaque em sua integralidade por apresentar as três mediações já citadas.

Eu amo sua história de vida que foi tão difícil e tão inspiradora. Me identifico com a mulher forte e autêntica (sic) que ela foi. Acho suas obras maravilhosas, suas frases e citações de uma mulher muito a (sic) frente de seu tempo que viveu e não se preocupou com os padrões que deveria seguir. Ela é símbolo de força para todas as mulheres, uma feminista da sua época.

Como podemos observar, a entrevistada demonstra conhecimento sobre a vida de Frida Kahlo e salienta a dificuldade da vida e como a história da pintora é inspiradora, o fato de associar a biografia da pintora como fator de inspiração indica a mediação cognitiva. A identificação entre a pintora e a entrevistada se volta para a questão do gênero evidenciando uma mediação de referência, além disso a autenticidade da pintora e a força relacionada a resiliência também são ressaltadas. Novamente a entrevistada traz informações que indicam a admiração e conhecimento em torno de Kahlo ao falar sobre as obras, frases e citações da pintora, acionando também a expressão mulher à frente de seu tempo e a ideia de que Kahlo quebrava padrões e ocupava espaços pouco convencionais para mulheres. Por fim, é feita uma conexão entre a força, autenticidade, e empoderamento ao feminismo — o que indica mediação institucional — e à construção de Kahlo como símbolo para mulheres, ou seja, uma mulher que serve de exemplo para outras.

#### **5.4. A IDEIA DE VESTIR A CAMISA**

A expressão de vestir a camisa está atrelada a ideia de adesão a um grupo ou movimento, o que acarreta a ideia de incorporação de ideologias, uma maneira de partilha do sensível. Depois de elaborar um movimento entre a identificação do consumidor com a figura ilustrada, parte-se para a relação do sujeito com a camiseta. A pergunta 6: *como você se relaciona com a camiseta?* foi feita para compreender como os consumidores usam a camiseta, tiram fotos enquanto as vestem e buscam usá-las para causar um efeito determinado naqueles que os observam. Aqui as respostas indicam um fator de identificação e reconhecimento, assim como a ideia do gosto e das mensagens que podem ser expressas durante os usos. O uso de camisetas estampadas foi lembrado como uma maneira de afirmação de posicionamentos. A camiseta com a ilustração e frases de Frida Kahlo foram lembradas novamente pela força que podem transmitir, assim como a reafirmação da identidade.

Aqui o mapeamento das expressões se tornou mais complicado pela questão do contexto, ainda assim algumas delas foram explicitadas como no tópico anterior com o auxílio do infográfico (infográfico 2), entretanto, mais frases foram trazidas na íntegra para compreensão das possíveis mediações que foram e são acionadas pelos consumidores durante o uso das camisetas. Além das mediações já citadas, foi observada também a mediação de caráter situacional, uma vez que alguns consumidores relatam os usos das camisetas em situações como no “dia a dia” ou então apenas em “ocasiões especiais”, além de uma das entrevistadas relatar que tira fotos utilizando a camiseta e as posta no Instagram.

**Infográfico 2** - Expressões-chave a relação com as camisetas



As questões de identidade foram vinculadas a mediação de referência justamente pela identidade ser resultado de vários fatores referenciais como cultura, gênero, sexualidade, escolaridade, etnia e classe social por exemplo. A identificação e como a camiseta altera a percepção do consumidor está também atrelada a mediação cognitiva por expressar raciocínios que implicam conhecimentos prévios e acionam o que é esperado da relação com a pintora. No caso, Frida Kahlo e as próprias camisetas são fatores de identificação pelo reconhecimento dos consumidores que se sentem de determinadas maneiras justamente por conhecer a vida da artista. A mediação institucional aparece entrelaçada à mediação cognitiva pela relação com o feminismo que é aderido à Frida Kahlo na produção de sentidos dos próprios consumidores que conectam a história de Kahlo ao movimento feminista e o próprio movimento ser visto como uma instituição com a qual os consumidores desejam ser relacionados.

Algumas respostas foram trazidas abaixo (infográfico 3), nesses exemplos alguns trechos foram destacados, mas é importante não excluir o contexto desses trechos. Na primeira resposta é interessante observar que a entrevistada usa a camiseta em ocasiões especiais, remetendo a mediação situacional e que não pretende causar efeitos nos outros com o uso, porém ela destaca que a forma como ela se identifica com os elementos da camiseta promove sentimentos nela mesma, indicando mediação cognitiva já que através dos conhecimentos prévios e do que é esperado de Frida Kahlo é que há uma identificação com a personagem. Assim é reforçada a ideia de que as camisetas são parte de uma expressão identitária não só para os outros, mas também como um objeto que eleva a autoestima e reafirma a identidade dos usuários.

Na segunda resposta a identidade também é lembrada e remete as formas de exercício de cidadania como a já mencionada *cidadania celebrity*, conceito de Omar Rincón (2016) que na presente pesquisa é aproximado da ideia de representatividade. Dessa forma a camiseta expressa a figura de Frida Kahlo como também aciona gatilhos que remetem ao que a pintora representa, o que também pode variar de acordo com aqueles que interpretam a camiseta, o que sugere as mediações cognitiva e de referência. Outro ponto destacado é que o entrevistado sente que ao usar a camiseta ele apresenta a pintora àqueles que não a conhecem e que o uso também acarreta discussões sobre as ideias de Kahlo.

No terceiro caso, a entrevistada relaciona o uso da camiseta a expressão da própria identidade, no caso a relação com o movimento feminista. Assim a camiseta é vista como mídia que tem o papel de transmitir em conjunto com a ilustração de Frida Kahlo a mensagem que a consumidora é feminista e se inspira na história da pintora. Na resposta são observadas as

mediações de referência e institucional pela relação com o movimento feminista e a mediação cognitiva já que a consumidora indica que conhece a biografia de Frida Kahlo e a relaciona ao feminismo. Os diferentes sentidos expressos pela camiseta também foram observados por outra consumidora que notou que há diferentes reações com o uso da mesma camiseta variando de pessoa para pessoa: “Percebo que ela tem efeitos diferentes em diferentes pessoas, algumas elogiam e outras têm um olhar ‘torto’, mesmo assim uso como qualquer outra peça de roupa”.

### Infográfico 3 - Respostas da pergunta 6

**PERGUNTA 6**

**COMO VOCÊ SE RELACIONA COM A CAMISETA?**

Usei a camiseta poucas vezes, acho q a guardo para ocasiões especiais, acho que não penso em causar um efeito ou sensação no outro com ela, é mais sobre como ela faz eu me sentir, a identificação com a frase e a imagem.

**Mediação situacional e cognitiva**

-----

Uso pela representatividade e pelo efeito que a estampa da Frida causa nas pessoas. Algumas nem sabem quem ela foi e o que representa, a camiseta é uma forma de poder apresentá-la para os outros ou de discutir (de forma saudável) sobre os ideais dela.

**Mediação de referência e cognitiva**

-----

gosto que as pessoas saibam que eu sou feminista e me inspiro na história de Frida

**Mediação de referência, cognitiva e institucional**

-----

Fonte: própria autora

Além das respostas que estabelecem conexões entre a camiseta específica de Frida Kahlo, uma das entrevistadas apontou o uso das camisetas de forma geral, dizendo que os usos

das peças afirmam posicionamentos assim como em alguns casos expressam mensagens divertidas. García Canclini afirma o papel do consumo como um ato de afirmação além da ideia simplista do consumo ser fútil e irracional “[é] onde se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades” (1999, p. 15) e essa dimensão do consumo é citada pelos consumidores que mesmo sem o conhecimento da teoria percebem na prática o funcionamento do consumo.

Com as respostas analisadas nesse tópico foi possível observar mediações no uso das camisetas assim como a percepção de que ao usar uma camiseta há uma expressão de preferências, participação de movimentos sociais, indicando que há uma busca por compreensão do reconhecimento entre o consumidor e a personagem presente na ilustração da camiseta. Ou seja, os consumidores buscam com a utilização da camiseta se expressar como também partilhar experiências e conectar-se com outros que se reconhecem no mesmo uso ou nas mesmas motivações evidenciadas ao longo da pesquisa, assumindo a ideia de o consumo ser um “lugar de diferenciação e distinção” mesmo que simbólica (GARCÍA-CANCLINI, 1999, p. 79).

## **5.5 SOBRE OS MOTIVOS DA IDENTIFICAÇÃO COM O PRODUTO COMPRADO**

Após questionar aos entrevistados se eles se identificam com o produto, todos afirmaram que se identificam com a camiseta adquirida. Ao serem indagados sobre os motivos dessa identificação (pergunta 8: *Se sim, responda as duas perguntas seguintes: Qual o motivo de identificação?*) respostas bem diferentes foram observadas. Assim, foram percebidas relações de variadas escalas entre os produtos e seus consumidores, desde o gosto pela cultura mexicana, pela admiração e identificação com a pintora e seus ideais, pelo reconhecimento através do gênero, do movimento feminista, por “tudo” o que a pintora representa e por ser uma mulher inspiradora, assim como a partilha entre a pintora e a consumidora que se identifica com Frida Kahlo após o diagnóstico de depressão, levando a frase estampada na camiseta *El Venado Herido* como uma espécie de lema “podemos aguentar muito mais do que acreditamos”. Sendo assim, as palavras mais destacadas se relacionam a admiração da pintora, assim como seus ideais, a relação com o gênero e feminismo, a questão da identificação, atração, representação e inspiração, como pode-se observar no infográfico 4.

#### Infográfico 4 - Expressões-chave sobre a identificação com as camisetas



Fonte: própria autora

Mais uma vez foram identificadas quatro mediações. A mediação situacional foi identificada em uma resposta que a entrevistada afirma que a identificação com a camiseta está na mensagem escrita por Frida Kahlo e presente na ilustração (*ao final do dia podemos aguentar muito mais do que acreditamos*). A entrevistada afirma que a frase é forte devido ao diagnóstico de depressão. Como expressa uma situação específica ela remete a mediação situacional, mas também cognitiva, pois a consumidora só se identifica com a frase por saber o contexto em que Frida Kahlo a escreveu, acionando assim conhecimentos prévios sobre a biografia da pintora.

A mediação cognitiva também foi identificada através de outras respostas, assim como os ideais da pintora foram lembrados, a admiração, a identificação com a personagem e o que ela representa. Em ambos os casos é necessário conhecimento prévio sobre a biografia de Frida Kahlo, assim como são feitas conexões que geram expectativas relacionadas à pintora. O mesmo acontece nos outros dois casos em que as mediações cognitivas são cruzadas por mediações de referência. A mediação de referência é exposta pelo recorte de gênero em que a imagem da pintora se torna passível de ser admirada e inspiradora para pessoas do gênero feminino.

Sobre as mediações referenciais atreladas às questões de gênero, a identificação com a camiseta é novamente expressa pela relação com o “ser mulher”, como também pelo gosto da cultura mexicana, que nesse caso indica uma referência cultural. Ainda nessa resposta a mediação institucional é invocada ao ter citado o movimento feminista como conector identitário entre consumidor e objeto devido a sua ilustração. Em casos que a aspectos das identidades dos consumidores são retomadas traz-se a ideia de reconhecimento que ocorre em duas vias: entre o consumidor e a própria Frida Kahlo, aqui o primeiro identifica em Kahlo características que também são dele e se reconhece na figura da pintora e por fim, entre o consumidor e um terceiro que o observa utilizando a camiseta, aqui o primeiro busca transmitir suas características para que o segundo possa reconhecê-lo.

Trata-se, então, de reconhecer o outro e se reconhecer no outro, de reconhecer um Eu na diversidade do Outro, numa relação de reciprocidade e mutualidade, que implica o reconhecimento da igualdade de direitos entre os sujeitos de uma sociedade. (BARROS, 2020, p. 192)

## **5.6 SOBRE O DESEJO DE REFORÇAR UMA IDENTIFICAÇÃO**

Mesmo que os nove participantes tenham respondido que de fato há um desejo de reforçar a própria identificação ao utilizar a camiseta, apenas três destes falaram mais sobre esse processo. Novamente a questão do gosto é ressaltada, assim como a predileção pelo uso de “camisetas com imagens e/ ou frases fortes e animadas”. As relações com a identidade também foram lembradas, assim como a ideia de representatividade. Nestas são ressaltadas a admiração pela pintora, o compartilhamento de ideais e o uso das camisetas como uma forma de expressão. As respostas foram expostas na ilustração abaixo (infográfico 5). O uso das camisetas da coleção Frida Kahlo também foi comparado com os usos de outras peças de vestuário: quatro entrevistados responderam que não usam a camiseta como qualquer outra peça

de roupa, evidenciando um uso mais restrito e direcionado para algumas ocasiões, enquanto cinco participantes indicaram usar a camiseta como qualquer outra roupa.

### Infográfico 5 - Respostas da pergunta 10

**PERGUNTA 10**

**AO COMPRAR E UTILIZAR O PRODUTO HÁ UM DESEJO DE REFORÇAR ESSA IDENTIFICAÇÃO?**

Acho importante se impor na sociedade, uma camiseta por mais bobo que pareça, mostra muito quem você é, o que pensa e qual movimento você é a favor. Usar uma camiseta da Frida mostra toda essa representatividade.

**Mediação institucional e cognitiva**

-----

Gosto de que as pessoas me identifiquem como alguém que usa/admira Frida.

**Mediação cognitiva**

-----

Gosto de camisetas com imagens e/ou frases fortes e animadas.

-----

Fonte: própria autora

Na primeira resposta foram observadas as mediações institucional e cognitiva, como em interpretações anteriores também há a menção de movimentos sociais além da conexão entre o que é esperado da pintora Frida Kahlo reforçando a militância da pintora. Já na segunda, a mediação cognitiva se torna aparente pela afinidade entre a artista e o que é relacionado a ela, indicando que a entrevistada tem uma imagem positiva sobre a pintora.

## 5.7 NOS APROXIMANDO DO FIM

Após a análise interpretativa das ilustrações e das respostas obtidas exclusivamente para a pesquisa foram reforçadas as teorias presentes nos capítulos teóricos do trabalho. A ideia de consumo como movimento de expressão da identidade e reconhecimento foi afirmada ao longo da análise das entrevistas em que os participantes evidenciam não só diretamente como indiretamente ao explicar a conexão existente com as peças como também com a pintora Frida Kahlo. Em alguns casos Frida Kahlo parece ser secundária nas respostas, já que os entrevistados indicam o uso das camisetas de uma forma geral, ou o posicionamento da loja *Chico Rei* como um diferencial para a motivação da compra e em um caso específico em que foi expresso que o consumo foi incitado pelo gosto sem um aprofundamento em torno da personalidade da pintora, ainda assim, ao longo da entrevista todos indicaram a construção de afeto pela pintora de alguma forma.

Com base nas respostas das entrevistas o consumo foi observado como um ato raciocinado, em que os sujeitos têm um posicionamento ativo e acionam muitos circuitos sendo atravessados por diferentes mediações tanto no momento da escolha do objeto quanto durante o uso. Assim como evidenciado por García-Canclini (1997) o consumo serve para pensar e não só isso, também reflete pensamentos que são na maioria das vezes perpassados por vivências sociais, articulações com outros produtos sendo eles midiáticos, mediatizados ou objetos de consumo, movimentos cada dia mais comuns em sociedades mediatizadas.

Durante as entrevistas a relação de Frida Kahlo com as mulheres, os movimentos feministas e sociais foram lembrados e não se pode deixar de citar que entre 9 entrevistados(as) 7 eram mulheres. Além da menção direta ao feminismo, características valorizadas pelos movimentos foram muito lembradas, reforçando que os consumidores conhecem a história de Frida Kahlo, assim como em muitos casos a identificação com a pintora é ressaltada, além do desejo de ser de fato atrelados à figura de Kahlo. Assim, com essas informações e aquelas ditas nos tópicos anteriores, é possível perceber que os consumidores entrevistados realmente atrelam os usos das camisetas as identidades próprias, assim como configuram o objeto não apenas como peça de vestuário, mas também pela função simbólica agregadas as mesmas.

Dessa forma, as camisetas se constituem como objetos que permitem trocas entre os sujeitos, as partilhas entre iguais e aqueles que reconhecem. Essas partilhas são uma forma de pensar nas relações e criar afetividade nas articulações identitárias (RANCIÈRE, 2009), colocando em comum, compartilhando, vivências que expressam quem são e o que querem, o

que possibilita uma nova forma de ser político. Lembrando a ideia de Baudrillard (2009) em que objetos também são capazes de comunicar e se constituem não só pela função utilitária como também pelo seu valor-signo. No caso de Frida Kahlo, esse valor-signo está atrelado intimamente a sua imagem, suas frases e sua biografia de forma geral, sendo assim, Frida Kahlo se torna um próprio símbolo capaz de expressar muitas informações e também de representar pessoas que com os usos das camisetas reafirmam e expõem suas identidades. Lembrando do papel da moda na expressão e nas construções de narrativas de si.

Como a pesquisa busca compreender as diferentes experiências estéticas em torno da imagem de Frida Kahlo e conseqüentemente as diversas interpretações que podem ser causadas por inúmeros motivos, é importante ressaltar que a pesquisa é feita por uma brasileira, com brasileiros e que a própria marca *Chico Rei* é nacional, isso deve ser considerado, já que em outros países e principalmente no próprio México, que é o país de origem da pintora, os resultados podem ser diferentes, tanto em relação as respostas obtidas através das entrevistas quanto aos elementos presentes nas ilustrações. As informações que temos sobre Frida Kahlo são advindas de muitas fontes que vão desde livros, filmes, exposições artísticas, materiais de história da arte e produtos jornalísticos, portanto devemos considerar esses itens como fatores de diferenciação na percepção, contextualizando também com as conjunturas nacionais, tanto políticas como sociais e tantas outras.

Da forma como Frida Kahlo é retratada pela mídia e até mesmo nas ilustrações das camisetas se torna consenso que algumas de suas características são o empoderamento, a resiliência, a autenticidade, da mesma forma que imagneticamente alguns traços são mais lembrados e vistos como as sobancelhas, a tiara de flores, o batom ressaltado e acessórios, principalmente os brincos. Até mesmo há uma repetição de elementos como frases e referências tanto fotográficas quanto dos autorretratos da pintora. O que remete a ideia de pós-produção de Nicolas Bourriaud (2009a) em que uma obra assim como seus componentes são usados como materiais para novas produções e devemos considerar que essas produções também expressam algumas mediações, auxiliando na compreensão das articulações presentes nas ilustrações que unem Frida Kahlo à outras referências.

Essas produções características do momento em que vivemos evidenciam novas formas de experimentar a arte. Se há tempos Benjamin (2012) se preocupava com o valor de reprodução das obras e alterações na aura das obras de arte que deixariam de ser autênticas, hoje se percebe uma movimentação da aura, que parte da obra, para a relação entre os espectadores, artistas e a arte em si, valorizando as experiências estéticas que ocorrem durante o contato com as mesmas

gerando novas interpretações, novos produtos e uma nova relação entre os sujeitos e os objetos artísticos, o que Bourriaud (2009b) chama de estética relacional.

Essas apropriações e criações atreladas à Frida Kahlo geram diferentes resultados, por um lado, algumas ilustrações podem apagar fatos importantes da biografia da pintora, levando a um descolamento de sua identidade, por outro, além de trazer características da pintora, articulações são criadas adicionando camadas e profundidade, relacionando a pintora a movimentos, destacando sua identidade e possibilitando que os espectadores, também consumidores nessa pesquisa, se reconheçam e utilizem as camisetas como instrumento de afirmações ideológicas, culturais e identitárias.

Conforme foi verificado ao longo das respostas, há particularidades no ato de consumir, assim como, é possível perceber algumas mediações que estão presentes na relação de consumo e na comunicação. Toda complexidade observada nessas experiências estéticas relacionadas à Frida Kahlo permite que a imagem de Frida Kahlo seja reauratizada, ganhando novas possibilidades de interação e significação, permitindo que consumidores se reconheçam e reforcem sua identidade por meio de um objeto de consumo, no entanto não se pode esquecer que se trata de um recorte bem limitado, e que a mesma afirmação não pode ser feita sobre todos os produtos relacionados à pintora.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para conclusão da pesquisa, vale retomar seus principais pontos. As escritas foram iniciadas por um capítulo histórico que se voltou para a apresentação da artista ativista Frida Kahlo. Nessa primeira etapa a biografia da pintora foi apresentada destacando alguns pontos dessa história de forma a auxiliar na compreensão das apropriações que acontecem na atualidade relacionada à ela: a presença em lugares pouco comuns para mulheres, como a escola ou a prática de atividades físicas destinadas principalmente ao público masculino; o acidente que alterou o percurso da vida de Kahlo a direcionando para a pintura que teve o papel de salvá-la, seja pelo distanciamento do tédio enquanto exercia a função, pelo retorno financeiro ou pela possibilidade de expressar-se, o que era muito caro a Frida Kahlo que utilizava as roupas, assim como escrevia diários e repetia poses fotográficas no intuito de expressar sua identidade através dessas diferentes narrativas; ainda nesse capítulo, obras da pintora e suas ideologias foram apresentadas com o intuito de evidenciar características de suas obras ressaltadas ou apagadas nos objetos relacionados a Kahlo que foram mostrados ao longo do trabalho. As ideologias, como partido político, nacionalismo, a paixão pela cultura nativa, a religiosidade e mitologias são expressas nas obras de arte, assim como são fatores de identificação entre espectadores e a *personagem*.

No segundo capítulo, conceitos de Walter Benjamin (2012) são abordados, como valor de culto, valor de exposição e aura. A ideia da reauratização de Frida Kahlo é apresentada. O movimento aurático é articulado com as ideias de Nicolas Bourriaud (2009a,b) que promove um diálogo entre as experiências estéticas na atualidade, contextualizando as teorias de Benjamin à contemporaneidade, e as formas em que são vivenciadas as relações com obras em meio a constante reprodutibilidade da arte. Assim, Bourriaud atualiza as discussões de

Benjamin indicando uma migração da aura das obras de arte do objeto para as formas que o público se relaciona a esses produtos. Assim, como Benjamin indicava, a reprodutibilidade altera as formas de experienciar a aura das obras de arte e Bourriaud aponta que essa experiência agora parte das relações com essas obras.

Para pensar nas relações entre os sujeitos diante das obras de arte, uma discussão sobre identidade foi feita. Afinal, o processo passa por uma etapa de reconhecimento que permite que aquele que se identifica com a pintora se reconheça nessa e use a imagem da artista como reafirmação de si, promovendo então uma narrativa de si, construindo sua identidade. Assim, os usos da figura de Frida Kahlo (sua história, seu nome, sua imagem) no feminismo são abordados, apresentando uma característica do movimento feminista na atualidade que é a partilha entre mulheres, principalmente nas redes sociais digitais. As articulações culminam na ideia da reprodutibilidade da arte ser direcionada à política, conforme Walter Benjamin já indicava na escrita de *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica* (2012). As questões identitárias aproximam da ideia de “partilha do sensível”, de Jacques Rancière (2005) o que é possibilitado de muitas formas através da reprodutibilidade, seja por objetos de consumo, produtos midiáticos ou encontros que ocorrem através das mídias e em ambientes midiáticos.

O fazer político se encontra na dimensão dos encontros e trocas afetivas entre aqueles que se identificam e com a imagem de Frida Kahlo. Ao ver Frida Kahlo em inúmeros ambientes e escalas de aparição, exercícios de reconhecimento são promovidos, em que os espectadores se reconhecem em Kahlo e assim se percebem como capazes de exercerem a cidadania. É o que Omar Rincón (2016) chama de *ciudadania celebrity*, conceito que traz a ideia de uma cidadania possibilitada pelos produtos midiáticos e que ocorre na dimensão da produção dos sentidos em ambientes midiáticos, nos quais o cidadão ocupa seu espaço de poder, mesmo que simbólico, por meio de suas aparições e de seus iguais nas mídias. Mas nem toda apropriação da imagem de Frida Kahlo é dimensionada para o político, pela representação ou pela afirmação de identidades, em muitos casos há também o que foi chamado de casos de apagamento, em que particularidades da pintora são simplesmente esquecidas ao longo do processo da produção dos objetos. Nesses casos, Frida Kahlo tem dimensões importantes da sua biografia apagadas, desde sua deficiência, ideologias políticas e suas frases são retiradas de contextos e reconfiguradas causando estranhamentos naqueles que conhecem a história da pintora. Esse esvaziamento de

sentidos mais intensos dá ao uso da figura de Frida Kahlo um sentido mais decorativo, pasteurizado e domesticado, bem na linha das apropriações anestesiadas do mercado.

Para pensar na experiência estética de forma mais profunda articulações sobre os processos de recepção foram feitas no terceiro capítulo. Inicialmente a ideia de reauratização parte de um espectador que é ativo na produção de sentidos, só assim os sujeitos podem interpretar e se relacionar à Frida Kahlo de modo a promover a reauratização em torno da sua imagem, que volta a ter densidade estética e estética. Há diversos aspectos na comunicação que se atrelam na produção de sentidos evidenciando a complexidade das relações tanto entre sujeitos, quanto entre sujeito e objeto seja ele midiático, midiaticizado ou de consumo. Os circuitos e a circulação são exemplos de processos de uma sociedade midiaticizada que expressam essa complexidade e os inúmeros atravessamentos que ocorrem na comunicação, dentre eles as mediações culturais que são um dos eixos da segunda análise desenvolvida na pesquisa.

Adentrando os capítulos de análise, fez-se necessário abordar as camisetas como mídia, evidenciando o poder de peças de roupas, assim como outros objetos de consumo para a própria expressão. A dimensão do consumo como exercício de cidadania é novamente abordada, dessa vez com o auxílio teórico de Néstor García Canclini (1999) que aborda o consumo como um ato consciente e estratégia política que proporciona reconhecimento entre os sujeitos, distinções sociais e produções de sentido através dos objetos e vivências, possuindo uma grande capacidade de expressão.

Tendo em vista essas articulações os dois capítulos de análise foram formulados. Na primeira etapa da análise uma interpretação sobre as ilustrações das camisetas da loja *Chico Rei* foi feita de modo a observar características que remetessem a pós-produção e a estética relacional descritas por Bourriaud (2009a,b), verificando as diferentes formas de se relacionar com fotografias e obras da pintora, além de incluir novas referências nas ilustrações, reforçando ou apagando características da pintora. As ilustrações foram categorizadas de quatro formas seguindo as identificações imagéticas e referenciais presentes nas mesmas, sendo as categorias: *maravilhoso, empoderamento, fauna e flora e hibridações*. Durante a análise fotografias, obras e frases foram identificadas como inspirações ou base para as ilustrações, assim como elementos que afirmam a cultura, crenças e outros aspectos da identidade de Frida Kahlo.

Para a segunda etapa da análise alguns consumidores das camisetas foram indagados sobre como se relacionam com a pintora e com as camisetas. Por meio das respostas de

entrevistas foi possível conhecer os nove consumidores participantes assim como identificar possíveis mediações existentes no ato de consumo. Algumas mediações culturais na comunicação foram identificadas com base o auxílio dos chaveamentos propostos por Guillermo Orozco Gómez (2005) que segue a teoria das mediações culturais da comunicação proposta por Jesús Martín-Barbero (1997). Assim foram identificadas que os processos de consumo são atravessados por fatores culturais que interferem na construção de sentido, nas relações com as camisetas e com a pintora. Assim, por meio da análise interpretativa das respostas obtidas foi percebido que há motivações afetivas para o consumo das camisetas desde relacionadas a questões políticas, como ideologias política, movimentos sociais e o movimento feminista, questões atreladas ao gênero feminino, as profissões tanto dos consumidores quanto da própria Frida Kahlo, assim como valores culturais que foram agregados e o conhecimento da biografia da pintora e de suas obras.

Ao fim da pesquisa pode-se considerar que o consumo observado com as camisetas da loja *Chico Rei* da coleção *Frida Kahlo* é um consumo atrelado a identidade e ao reconhecimento entre o consumidor e a pintora. Os consumidores utilizam as camisetas com ilustrações de Frida Kahlo no intuito de se relacionarem com o objeto e promoverem relações entre eles e o objeto para terceiros, como uma forma de expressão de si por meio do uso da peça de vestuário. Assim, a imagem de Frida Kahlo por mais que seja reproduzida e ganhe novas roupagens e dimensões aparece nas camisetas da marca, como carregada de simbologias se constituindo como uma possibilidade de partilha de afetos, afirmações e reconhecimento o que possibilita uma reauratização de Frida Kahlo em que a pintora aparece como símbolo de lutas e de expressão da identidade dos consumidores, assim como um fomento para as relações entre os sujeitos inseridos no processo.

Assim sendo, a pesquisa espera contribuir para novas leituras de fenômenos relacionados a dimensão aurática de objetos cotidianos que fazem parte do nosso dia a dia, considerando as relações entre as pessoas e os objetos, visualizando novas formas de partilhas do sensível e formas de afetação que são proporcionadas por meio das inovações tecnológicas e seus produtos. A complexidade dos processos presentes no fenômeno deve ser novamente pontuada, assim como as possibilidades de resultados divergentes aos encontrados, uma vez que são decorrentes de um processo limitado através de recortes como a própria marca dos produtos consumidos, a quantidade de consumidores encontrados e dispostos a participar, assim como a própria nacionalidade do produto e dos entrevistados. Ainda assim, é um resultado que traz novas perspectivas sobre as pesquisas da experiência estética que abrangem o consumo e

principalmente que discutem a questão da aura que segue sendo debatida na academia e mutada ao longo das interações sociais com as obras de arte.

É sempre importante identificar que o trabalho passou por muitas decisões que encaminharam para as articulações feitas e os resultados obtidos. Dito isso, é possível afirmar que há muitas outras formas de abordar a mesma temática e encaminhar uma pesquisa sobre experiências auráticas. No caso, a preferência foi pelas articulações entre o consumo da imagem de Frida Kahlo e as experiências articuladas durante o consumo, buscando compreender e identificar fatores que podem alterar essas experiências e como os sujeitos vivenciam esses processos. A escolha do objeto empírico, da loja *Chico Rei*, assim como a abordagem aos entrevistados e as formas de análise foram pensadas na busca de respostas que pudessem auxiliar na realização dos objetivos do trabalho. Por fim, assim como evidenciado na pesquisa, a produção de um trabalho acadêmico também é atravessada por inúmeros fatores e muitas variáveis.

Para finalizar, Frida Kahlo não se permitiu morrer a partir do momento em que construiu narrativas sobre si. Todas as obras, os escritos nos diários, as cartas enviadas, fotografias posadas, roupas e detalhes que foram conservados mantêm Kahlo presente, viva. Os produtos midiáticos a fazem pairar em nosso cotidiano, em alguns casos distante, mas em outros tão próxima a ponto de se tornar um referencial. Por isso, a importância de criar narrativas de si e fincar seu lugar no mundo, retomando identidades, fazendo como Glória Anzaldúa (2000), expressando-se da forma como for possível,

para registrar o que os outros apagam quando falo, para reescrever as histórias mal escritas sobre mim, sobre você. Para me tornar mais íntima comigo mesma e consigo. Para me descobrir, preservar-me, construir-me, alcançar autonomia. (ANZALDÚA, 2000, p. 232)

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Janaina Feitoza Alves de. **Fridamania, a resignificação de Frida Kahlo no acontecimento da primeira megaexposição de suas obras no país**. 2019. 130 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: [http://www.pos.eco.ufrj.br/site/download.php?arquivo=upload/disserta\\_jdeandrade\\_2019.pdf](http://www.pos.eco.ufrj.br/site/download.php?arquivo=upload/disserta_jdeandrade_2019.pdf). Acesso em: 10 jan. 2021.
- ANZALDÚA, Glória. Falando em línguas: uma carta as mulheres escritoras do terceiro mundo. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 1, p. 229-236, 2000.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 7. ed. Campinas: Papirus, 2002. 317 p.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. **A carta, o abismo, o beijo**: os ambientes de imagens entre o artístico e o midiático. São Paulo: Paulus, 2018.
- BARROS, Laan Mendes de. ‘Nada se perde, tudo se transforma’: percepção estética da música na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **XXX Encontro Anual da Compós. Anais GT Comunicação e Experiência Estética**. São Paulo: PUC-SP / Compós, 2021.
- BARROS, Laan Mendes de. Comunicação sem anestesia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom. v. 40, n.1, p.159-175, 2017.
- BARROS, Laan Mendes de. Experiência estética e experiência poética: A questão da produção de sentidos. In: **XXI Encontro Anual da Compós. Anais GT Comunicação e Experiência Estética**. Juiz de Fora: UFJF / Compós, 2012b, p. 01-13.
- BARROS, Laan Mendes de. Reconhecimento, estesia e alteridade para romper os discursos de ódio. In: Laan Mendes de Barros, José Carlos Marques, Ana Silvia Médola (Orgs.). **Produção de sentido na cultura midiaticizada**. 1a ed. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2020, p. 185-201.
- BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiaticização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. **Mediação & Midiaticização**, Salvador, p. 79-105, 2012a. Disponível em: [https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO\\_repositorio.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf)
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter; SCHÖTTKER, Detlev; BUCK-MORSS, Susan; HANSEN, Miriam. **Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção**. Rio de Janeiro: Artefóssil, 2012. p. 11-42.
- BOURRIAUD, Nicolas. **Estética relacional**. São Paulo: Martins, 2009b.
- BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção**: como a arte reprograma o mundo contemporâneo. São Paulo: Martins, 2009a.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Editora Paulus, 2006.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos de Comunicação. In: BRAGA, J.L., RABELO, L., MACHADO, M., ZUCOLO, R., BENEVIDES, P., XAVIER, M.P., CALAZANS, R., CASALI, C., MELO, P.R., MEDEIROS, A.L., KLEIN, E., and PARES, A.D. **Matrizes interacionais**: a comunicação constrói a sociedade [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2017, pp. 43-64.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. **Mediação & midiaticização**. Bahia: EDUFBA, 2012, p. 31-52.
- BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo**. Crítica da violência ética. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

- CALZA, Márton Uliana. Retratos do vestir: apontamentos para um ensaio fotoetnográfico da camiseta estampada nas ruas. **Discursos Fotográficos**, Londrina, v. 5, n. 7, p. 181-200, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**. 2ª ed, Zahar, 2013.
- COSTA, Cristiane. Rede. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Explosão feminista**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das letras, 2018, p.43-60.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2 ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.
- CRUZ, Maria Teresa. **A Estética da Recepção e a Crítica da Razão Impura**. Revista Comunicações e Linguagens, Lisboa, n.3, 1986.
- ECO, Umberto. **A Obra aberta**. São Paulo: Perspectiva, 1979. EISNER, Will. **Quadrinhos e Arte Sequencial - Princípios e Práticas do Lendário Cartoonista - 4ª Ed**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.
- FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: Coloquio del Proyecto “Mediatización, sociedade y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileiros y argentinos”, 2010, Rosario. **Mediatización, sociedad y sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina**. Rosario. 2010. p. 2-17.
- FRIDA**. Direção: Julie Taymor; Produção: Lindsay Flickinger; Sarah Green; Nancy Hardin; Salma Hayek; Jay Polstein; Roberto Sneider; Lizz Speed. EUA: Miramax Films; Lions Gate Filmes Inc; Trimark Pictures; Handprint Entertainment; Ventanarosa Productions. 2002. (123 min.).
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- GIUNTA, Andrea. O feminismo no presente. In: PEDROSA, Adriano; CARNEIRO, Amanda; MESQUITA, André (org.). **História das mulheres, histórias feministas: antologia**. São Paulo: Masp, 2019. p. 412-421.
- GROHMANN, Rafael. **O que é circulação na comunicação? Dimensões epistemológicas**. Resvista FAMECOS, Porto Alegre, v. 27, p. 1-13, jan. – dez. 2020.
- HAYDEN, Malin Hedlin. Artistas mulheres versus artistas feministas: definições por ideologia, retórica ou por outro hábito? In: PEDROSA, Adriano; CARNEIRO, Amanda; MESQUITA, André (org.). **História das mulheres, histórias feministas: antologia**. São Paulo: Masp, 2019. p. 312-336.
- HERRERA, Hayden. **Frida: A biografia**. 1 ed. São Paulo: Globo, 2011.
- JACKS, Nilda. Tendências latino-americanas nos estudos da recepção. **FAMECOS**, Porto Alegre, n. 5, p. 44- 49, nov 1996.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. 2 ed. São Paulo: Ática, 1997
- JAUSS, Hans Robert. **A Literatura e o leitor: textos de estética da recepção**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.
- KAHLO, Frida. **O diário de Frida Kahlo: um autorretrato íntimo**. 4 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015
- MACHADO, Mônica. É possível se falar em política no consumo como recurso na promoção de marcas juvenis? Considerações a partir da campanha: Oi, bloqueio não! **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 188-203, 2009.
- MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios à mediação: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

- NASCIMENTO, Cassia Calvo do. **Frida Kahlo: das telas pictóricas às telas cinematográficas**. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Mídia e Cultura) – Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, Universidade de Marília, Marília, 2010.
- OROZCO GOMEZ, Guillermo. **O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva**. In *Communicare*, No. 5.1, jun 2005. São Paulo: Casper Libero, 2005.
- RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo: Editora 34, 2005. 72 p.
- RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**; tradução Ivone C. Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- RICHARD, Nelly. Feminismo, experiência e representação no feminino latino-americano. In: PEDROSA, Adriano; CARNEIRO, Amanda; MESQUITA, André (org.). **História das mulheres, histórias feministas**: antologia. São Paulo: Masp, 2019. p 301-311.
- RICOEUR, Paul. **Percurso do reconhecimento**. São Paulo: Loyola, 2006.
- RINCÓN, Omar. O popular na comunicação: culturas bastardas + cidadanias celebrities. **Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 27-49, 2016.
- ROCHA, Everardo. **Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa**. Comunicação, mídia e consumo, São Paulo, v.2, n 3, 2005. Disponível em:<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/29>> Acesso em: 10 jun 2017. GOMES, L. F.
- RONSI, Veneza V. Mayora. **A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção)**. 2010.
- SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. Tradução de Sérgio Alcides. 3ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- SCHLESENER, Anita Helena. Arte e educação: observações acerca de A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. **Incantare**: Revista do Núcleo de Estudos e Pesquisas Interdisciplinares em Musicoterapia, Curitiba, v. 6, p. 7-28, 2014. Disponível em: <http://periodicos.unespar.edu.br/index.php/incantare/article/view/353>. Acesso em: 20 jan. 2021.
- SCHÖTTKER, Detlev. Comentários sobre Benjamin e A obra de arte. In: BENJAMIN, Walter; SCHÖTTKER, Detlev; BUCK-MORSS, Susan; HANSEN, Miriam. **Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção**. Rio de Janeiro: Contratempo, 2012. p. 43-170.
- SERRANO, Nieves Limón. **Estrategias de autorrepresentación fotográfica. El caso de Frida Kahlo**. 2014. 437 f. Tese (Doutorado) - Curso de Periodismo y Comunicación Audiovisual, Periodismo y Comunicación Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid, Getafe, 2014. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/29405363.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2021.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – FORMULÁRIO DA PRIMEIRA ENTREVISTA

O formulário foi produzido por meio da ferramenta Google Formulários. Após abordagem, o formulário foi oferecido para os consumidores que utilizaram a ferramenta *Galeria* da loja *Chico Rei*. Obtendo o total de nove respostas.

#### Ilustração 89 - Formulário



**Pesquisa de opinião**

Olá pessoal! Agradeço desde já pela participação na pesquisa.  
Meu nome é Heloisa de Oliveira Moutinho, sou mestrande no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp (Bauru – SP). Abaixo explico um pouco mais sobre a pesquisa. Sua participação é muito importante.

Sobre a pesquisa:

A pesquisa pertence a Linha de pesquisa 2 do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Unesp que busca compreender a produção de sentidos na comunicação midiática. De forma bem resumida o intuito da pesquisa é analisar como as pessoas produzem sentido através de objetos de consumo, especificamente no uso de camisetas com a imagem da pintora Frida Kahlo. Quando eu digo produção de sentidos remeto diretamente as formas de comunicar e compreender uma informação.

Para etapa de entrevista estou contatando consumidores da Chico Rei que publicaram fotos na ferramenta Galeria da loja virtual. Nessa galeria constam nome e localização dos consumidores, por meio desses dados fiz uma busca no Instagram para encontrar os possíveis participantes.

O intuito é compreender o porquê desses consumidores terem comprado uma camiseta estampada com a pintora Frida Kahlo. Ao responder o questionário, está concordando em participar dessa entrevista e autoriza a utilização do depoimento e imagem para fins científicos.

Fonte: própria autora

Para apresentação do formulário e da pesquisa foi criado um texto introdutório inserido antes das questões.

“Olá, pessoal! Agradeço desde já pela participação na pesquisa.

Meu nome é Heloisa de Oliveira Moutinho, sou mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp (Bauru – SP). Abaixo explico um pouco mais sobre a pesquisa. Sua participação é muito importante.

Sobre a pesquisa:

A pesquisa pertence a Linha de pesquisa 2 do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp que busca compreender a produção de sentidos na comunicação midiática. De forma bem resumida o intuito da pesquisa é analisar como as pessoas produzem sentido através de objetos de consumo, especificamente no uso de camisetas com a imagem da pintora Frida Kahlo. Quando eu digo produção de sentidos remeto diretamente as formas de comunicar e compreender uma informação.

Para etapa de entrevista estou contatando consumidores da Chico Rei que publicaram fotos na ferramenta Galeria da loja virtual. Nessa galeria constam nome e localização dos consumidores, por meio desses dados fiz uma busca no Instagram para encontrar os possíveis participantes.

O intuito é compreender o porquê desses consumidores terem comprado uma camiseta estampada com a pintora Frida Kahlo. Ao responder o questionário, está concordando em participar dessa entrevista e autoriza a utilização do depoimento e imagem para fins científicos.”

## **APÊNDICE B – PERGUNTAS DA PRIMEIRA ENTREVISTA**

As seguintes perguntas foram feitas no formulário:

1. Endereço de e-mail
2. Nome
3. Idade
4. Por que você decidiu comprar a camiseta com a imagem da Frida Kahlo?
5. Você conhece Frida Kahlo e sua história, já a conhecia antes de comprar a camiseta?
6. Como você se relaciona com a pintora?

(Por exemplo: você gosta da história de Frida ou de alguma característica em especial, acha a imagem da pintora bonita, gosta das obras, a relaciona com algum movimento social ou político?)

7. Como você se relaciona com a camiseta?

(Por exemplo: você costuma tirar fotos utilizando a camiseta, usa como qualquer outra peça de roupa, pensa em causar um efeito/ sensação quando a usa?)

8. Você se identifica com o produto comprado?

Sim ( )

Não ( )

Se sim, responda as duas perguntas seguintes: Qual o motivo de identificação?

9. Ao comprar e utilizar o produto há um desejo de reforçar essa identificação:

Sim ( )

Não ( )

Se quiser, explique:

10. O uso da camiseta ocorre como qualquer outro produto do vestuário?

Sim ( )

Não ( )

11. A aparência do produto auxiliou na decisão da compra?

Sim ( )

Não ( )

## **APÊNDICE C – RESPOSTAS DA PRIMEIRA ENTREVISTA**

Aqui estão as respostas obtidas. Com elas identificamos que o grupo de nove participantes é composto por pessoas de 19 a 45 anos (com base nas respostas da questão três), sendo dois deles do gênero masculino e sete feminino. Todos os participantes residem em território nacional. As repostas das questões 1 e 2 (endereço de e-mail e nome) foram preservadas, mas através delas existe a possibilidade de contatar os entrevistados novamente, caso seja necessário.

- 3. Idade

Os participantes do grupo que se dispôs a responder as perguntas possuem de 19 a 45 anos.

- 4. Por que você decidiu comprar a camiseta com a imagem da Frida Kahlo?

Resposta 1: Gosto muito da Frida e sua arte, e aquela em especial me tocou de alguma forma

Resposta 2: Por retratar uma pessoa com uma trajetória e história de vida que me inspira, além da beleza da estampa em si.

Resposta 3: Porque sou fã dela como pintora e feminista.

Resposta 4: A artista tem uma história de vida que é baseada em muita luta para conquistar seu espaço no meio artístico, e no período de sua trajetória era complicado ser uma mulher atuante, e com o agravante de sua doença para complicar ainda mais seu trabalho. Sendo então ela uma guerreira que tem um trabalho incrível, comecei buscar dados e assim me tornei um tímido admirador.

Resposta 5: achei a blusa bonita e estilosa

Resposta 6: Pelo apreço à Frida, em sua figura e personalidade, e também por achar a estampa bonita.

Resposta 7: Contém uma frase da artista que gosto muito.

Resposta 8: Porque pra mim ela por si só é uma imagem de poder! Ela e as frases dela nas camisetas são bem de acordo como penso e vejo o mundo.

Resposta 9: Gosto muito das estampas e do propósito da marca Chico Rei e, a partir disso, fiz esta compra.

- 5. Você conhece Frida Kahlo e sua história, já a conhecia antes de comprar a camiseta?

Resposta 1: Sim

Resposta 2: Sim, já conhecia antes de comprar.

Resposta 3: Sim.

Resposta 4: Já conhecia antes, a camiseta por ter uma estampa exclusiva e com selo de autorização, me chamou a atenção.

Resposta 5: sim

Resposta 6: Conheço e já conhecia antes da compra.

Resposta 7: Sim, conhecia antes.

Resposta 8: Sim. Conhecia muito antes de comprar as camisetas(tenho mais de uma camiseta dela, além de uma tatuagem bem em cima do peito com o rosto dela). Frida foi uma mulher sensacional, muito a frente de seu tempo, autêntica, feminista(mesmo o conceito não existindo na época), batalhadora, forte, guerreira. Ela é um símbolo e uma inspiração para nós mulheres!

Resposta 9: Já conhecia a história da Frida antes de fazer a compra.

- 6. Como você se relaciona com a pintora?

Resposta 1: Gosto tanto de sua arte quanto de sua história

Resposta 2: Eu me relaciono com Frida pela sua luta feminista e por seu trabalho como pintora, pois além de designer também sou artista visual. Frida é minha inspiração na arte e no movimento social.

Resposta 3: Sou apaixonada pela história da Frida, tanto como mulher, como pintora e feminista. Ela é uma inspiração para as mulheres.

Resposta 4: Admiro a luta política e artística.

Resposta 5: acho a Frida incrível para a História da arte no México e também para o feminismo

Resposta 6: Minha relação com a Frida iniciou-se pela sua imagem amplamente difundida através do movimento feminista, o que me fez aprofundar mais na história dela, e me encantar com sua história de vida, personalidade e sua arte.

Resposta 7: Gosto da história, de como ela lida com seus problemas, e da grandiosidade de toda sua arte.

Resposta 8: Eu amo sua história de vida que foi tão difícil e tão inspiradora. Me identifico com a mulher forte e autêntica que ela foi. Acho suas obras maravilhosas, suas frases e citações de uma mulher muito a frente de seu tempo que viveu e não se preocupou com os padrões que deveria seguir. Ela é símbolo de força para todas as mulheres, uma feminista da sua época.

Resposta 9: Gosto principalmente das obras e do seu posicionamento político e social dentro do seu tempo.

- 7. Como você se relaciona com a camiseta?

Resposta 1: Usei a camiseta poucas vezes, acho q a guardo para ocasiões especiais, acho que não penso em causar um efeito ou sensação no outro com ela, é mais sobre como ela faz eu me sentir, a identificação com a frase e a imagem

Resposta 2: Não costumo tirar muitas fotos usando a camiseta, quando eu uso ela geralmente percebo olhares das pessoas, não sei se intencionalmente por causa da estampa ou não, mas a priori não tenho objetivo de causar nenhum efeito em ninguém.

Resposta 3: Uso pela representatividade e pelo efeito que a estampa da Frida causa nas pessoas. Algumas nem sabem quem ela foi e o que representa, a camiseta é uma forma de poder apresenta-la para os outros ou de discutir (de forma saudável) sobre os ideais dela.

Resposta 4: Ela tem a estampa da Frida relacionada a "Muerte" mexicana, então tem a artista como uma caveira, que é outro tema que curto, além da cor forte (vinho)... Com essas informações, quero causar sim!

Resposta 5: gosto que as pessoas saibam que eu sou feminista e me inspiro na história de Frida

Resposta 6: Percebo que ela tem efeitos diferentes em diferentes pessoas, algumas elogiam e outras têm um olhar "torto", mesmo assim uso como qualquer outra peça de roupa.

Resposta 7: Gosto da camiseta por ter o estilo que me identifico, acho legal as pessoas observarem e gostar também.

Resposta 8: Eu uso no dia a dia com qualquer tipo de roupa e também posto fotos no Instagram com as camisetas. Faço questão também de fotografar minha tatuagem com o rosto dela e a frase "donde no puedes amar, no te demores". As camisetas dela e a imagem dela sempre irão causar um efeito, sempre serão força.

Resposta 9: Gosto de usar camisetas com estampas para afirmar posicionamentos e pelas mensagens muitas vezes divertidas.

- 8. Você se identifica com o produto comprado?

Todos os participantes indicaram que se identificam com o produto.

- 10. Se sim, responda as duas perguntas seguintes: Qual o motivo de identificação?

Resposta 1: A mensagem de que podemos aguentar muito mais do que acreditamos foi forte p mim nesses últimos anos, devido ao diagnóstico de depressão

Resposta 2: Me identifico por admirar a pessoa retratada na estampa

Resposta 3: Compartilho dos mesmos ideais.

Resposta 4: Gostar da cultura mexicana, principalmente da artista.

Resposta 5: sou mulher, sou feminista

Resposta 6: Identifico no sentido de prestar uma homenagem à artista, acho que o uso da camiseta já diz muito sobre mim às pessoas que me vêem usando-a. Me identifico por apoiar e admirar uma mulher "transgressora" como Frida.

Resposta 7: Camisetas com imagens me atraem.

Resposta 8: Eu ja tenho inúmeras camisetas da Chico Rei e neste tema especificamente são 2 porque me identifico com a Frida e tudo que ela representa.

Resposta 9: A força da Frida é muito significativa pra mim. É uma mulher que me inspira.

- 11. Ao comprar e utilizar o produto há um desejo de reforçar essa identificação?

Todos os participantes afirmaram que o uso do produto reflete em um desejo de reforçar a identificação do próprio com o produto comprado.

- 12. Se quiser, explique:

Resposta 1: Acho importante se impor na sociedade, uma camiseta por mais bobo que pareça, mostra muito quem você é, o que pensa e qual movimento você é a favor. Usar uma camiseta da Frida mostra toda essa representatividade.

Resposta 2: Gosto de que as pessoas me identifiquem como alguém que usa/admira Frida.

Resposta 3: Gosto de camisetas com imagens e/ou frases fortes e animadas,

- 13. O uso da camiseta ocorre como qualquer outro produto do vestuário?

Não são todos os consumidores que usam a camiseta como qualquer outro produto do vestuário. Cinco participantes indicaram que usam a camiseta como outra peça de roupa e quatro informaram que não.

- 14. A aparência do produto auxiliou na decisão da compra?

Todos os participantes indicaram que a aparência do produto auxiliou na decisão de compra da camiseta.