

Uma identidade feminina

“ser mulher” na ilustração portuguesa contemporânea

Joana Ferreira Molho

Orientadores:

Célia Ferreira

João Carlos de Jesus Pinto

Uma identidade feminina

“ser mulher” na ilustração
portuguesa contemporânea

Joana Ferreira Molho

Orientadores:

Célia Ferreira

João Carlos de Jesus Pinto

Dissertação para obtenção do grau de
mestre em design gráfico

Instituto Politécnico de Leiria
Escola Superior de Artes e Design

Caldas da Rainha, 2022

Resumo

pt A representação da mulher e do feminismo através da análise da cultura visual, é o ponto de partida para a investigação, que explora as vivências do quotidiano, da relação da mulher com o seu corpo e com os outros. Um conjunto de referências visuais pesquisados a partir do caso português revelaram o contexto social e cultural em que são produzidas e servem de base à investigação.

Neste âmbito, a ilustração feita em Portugal e difundida quer através de canais mais convencionais, quer principalmente, através das plataformas de partilha digital é o meio eleito para investigar a representação da mulher na cultura visual contemporânea. Os principais objetivos de análise são o de encontrar elementos que permitam compreender o modo como a mulher se representa e a representação da interação entre a mulher e os seus interlocutores. Procura-se situar esse discurso imagético na relação com o discurso de género, criando desse modo um corpo de trabalho que permita afirmar a singularidade da ilustração autobiográfica feminina.

Palavras-chave

cultura visual, design, representação da mulher, ilustração contemporânea

en The representation of women and feminism through the analysis of visual culture is a starting point for the investigation, which explore everyday experiences, the relationship of women with their bodies and with others. A set of visual references researched from the portuguese case reveal the social and cultural context in which they are produced and serve as a basis for the investigation. In this context, the illustration made in Portugal and revealed either through more conventional channels or mainly through digital sharing platforms is the chosen tool to investigate the representation of women in contemporary visual culture. The main goals of analysis are to find elements that allow us to understand the way women represent themselves and the representation of the interaction between women and their interlocutors. It seeks to understand this imagery dialogue in regards to the gender dialogue, thus creating a body of work that allows us to declare the singularity of female autobiographical illustration.

Keywords

visual culture, design, woman representation, contemporary illustration

Índice de imagens

Figura 1. Fotografia para a campanha da marca Victoria's Secret, 2020.

Figura 2. Chloe Lopes Gomes, primeira bailarina negra em Berlim.

Figura 3. Cartazes elaborados pelo grupo SRWW (1976-1978).

Figura 4. Cartaz "Do women have to be naked to get into the Met. Museum?" de Guerrilla Girls, 1989.

Figura 5. Cartaz "The advantages of being a woman artist" de GG, 1987/1988.

Figura 6. Fotografias da obra "The Dinner Party" de Judy Chicago, 1979.

Figura 7 a,b,c. Fotografias da obra "Diva" de Juliana Notaria, 2020.

Figura 8. Cartaz "Women in Design: The next decade" de Sheila Bretteville, 1975.

Figura 9. "Pink is childish" de Sheila Bretteville, 1974.

Figura 10. Livro "Women in graphic design 1890-2012" de Gerda Breuer e Julia Meer, 2012.

Figura 11. "El peso de la culpa" de Tania Bruguera, 1997. Cuba.

Figura 12. "Bind" de Ryoko Suzuki, 2001. Japão.

Figura 13. Cartaz "We Can Do It!" de J. Howard Miller, 1942.

Figura 14. Fotografia "Mulheres marchando em Nova York na Greve das Mulheres pela Igualdade" de John Olson.

Figura 15 a,b,c. Fotografias da plataforma Tumblr "who needs feminism?".

Figura 16 a,b,c. Cartazes do projeto "Thank a feminist" da School of feminism, 2019.

Figura 17. Ilustração de Joana Rosa Brançanço para a exposição #GenderBender na Ó! Galeria, 2017.

Figura 18. Ilustração de Bárbara R. para a exposição #GenderBender na Ó! Galeria, 2017.

Figura 19. Ilustração de Mariana, a Miserável para a exposição #GenderBender na Ó! Galeria, 2017.

Figura 20. Phyllis Chestler em "Feminists: what were they thinking" (2018).

Figura 21. Cartaz "Your body is a battleground" de Barbara Kruger, 1989.

Figura 22. Ilustração de Kot Bonkers sobre liberdade de escolha.

Figura 23. Cartoon "Reduce Ageing" de Barbary O'Brien, 1993.

Figura 24. Fotografia da série “Let’s take back our space” de Marianne Wex, 1979.

Figura 25. Ilustração de Anna Grimal para a capa do livro “El grito e la mordaza” de Carmen Alcade, 2018.

Figura 26. Ilustração de Tyler Hoehne sobre feminismo.

Figura 27. Frame do vídeo “10 hours of walking in NYC as a woman”, 2014.

Figura 28. Capa do livro “Sexismo Cotidiano” de Laura Bates, 2017.

Figura 29. Ilustração de Marie Boiseau, 2020.

Figura 30. Ilustração de Marie Boiseau, 2019.

Figura 31. Ilustração de Cachetejack, 2020.

Figura 32. Capa do livro “Sem Ofensa” de Ângelo Delgado e Sofia Ayuso, 2020.

Figura 33 a, b, c, d, e, f. Capas da revista Ms. entre 1972 e 2019.

Figura 34. Capa da revista VOGUE britânica, junho de 2020.

Figura 35. Capa da revista VOGUE brasileira, novembro de 2020.

Figura 36 a, b, c. Série fotográfica “in a parallel universe” de Eli Rezkallah, 2018.

Figura 37 a, b, c, d. Série fotográfica “Na Pele Dela” de Maria Lopes e Mário Cesar, 2019.

Figura 38. Cartoon de Cath Jackson.

Figura 39. Capa do livro “Les Crocodiles sont toujours là” de Thomas Mathieu e Juliette Boutant, 2019.

Figura 40. Ilustração de Thomas Mathieu,

Figura 41. Ilustração de Ruby Taylor para o projeto Equiterra, 2020.

Figura 42. “Whenever times are tough, be your own superhero. Actually, be one every day!” – Egle Zvirblyte, 2017.

Figura 43. Boss of Everything de Egle Zvirblyte, 2018.

Figura 44. “Boss Life” de Egle Zvirblyte, 2018.

Figura 45. “Hypnotic dance” de Egle Zvirblyte, 2019.

Figura 46. Vinheta de Flavita Banana para o jornal El país, 2018.

Figura 47. “Cómo odio esa frase” de Flavita Banana para o jornal El país, 2018.

Figura 48. “Cambios sociales pero no tanto” de Flavita Banana para o jornal El país, 2018.

Figura 49. Ilustração de Basak Kilicbeyli na plataforma WWD.

Figura 50. Ilustração de Metal Shushan na plataforma WWD.

Figura 51. Ilustração de Eeni Edit na plataforma WWD.

Figura 52. Ilustração de Tamar Moshkovitz na plataforma WWD.

Figura 53. Capa da auto-publicação “Os vestidos do Tiago” de Joana Estrela, 2018.

Figura 54. Ilustrações do livro “Menino, menina” de Joana Estrela, 2020.

Figura 55. “É um desenho de 2018 mas hoje também fui fazer depilação e depois andei assim a tratar de coisas pela cidade.”, 2020.

Figura 56. “Roleta Russa” de Mariana, a Miserável, 2019.

Figura 57. “Para lembrar que o auto-abraço e o auto-amor é importante.” de Mariana, a Miserável, 2020.

Figura 58. Ilustração dia da Mulher de Mariana, a Miserável, 8 de março de 2020.

Figura 59. Ilustração dia da Mulher de Mariana, a Miserável, 8 de março de 2019.

Figura 60. Ilustração dia da Mulher de Mariana, a Miserável, 8 de março de 2021.

Figura 61. Ilustração de Mariana, a Miserável.

Figura 62. Ilustração de Clara Não: “Num mundo cheio de preconceitos, é essencial lembrar a força da união entre as mulheres, a sororidade...”, 2020.

Figura 63. Ilustração de Clara Não: “Direitos LGBTQI+ são simplesmente direitos humanos!”, 2021.

Figura 64. Ilustração de Clara Não: “Não há uma regra padrão para teres um corpo saudável, a não ser fazeres o que é saudável para ti...”, 2020.

Figura 65. Ilustração de Clara Não: “Teres pênis, vagina, ou seres interssexo, não dita o teu género, só tu. Não esquecer que há mais do que dois géneros”, 2021.

Figura 66. Ilustração de Clara Não: “Estamos mais susceptíveis a violência, só por sermos mulheres. Essa violência não é culpa nossa, é culpa das pessoas que a fazem.”, 2021.

Figura 67. Ilustração de Clara Não: “Isto dos double standards põe-me furiosa. Uma rapariga cozinha bem, vai ser excelente dona de casa. Um rapaz cozinha bem, vai ser um chef.”, 2019.

Figura 68. Ilustração de Rui Vitorino Santos, 2020.

Figura 69. Ilustração de Rui Vitorino Santos, 2020.

Figura 70. Ilustração de Rui Vitorino Santos, 2020.

Figura 71. Exposição Rumor de Rui Vitorino Santos, 2017.

Figura 72. “Mariana” de Rui Vitorino Santos, 2020.

Figura 73. “Festa de Lisboa’17” de Nuno Saraiva, 2017.

Figura 74. “Grande Inquisitor desembargador” de Nuno Saraiva, 2019.

Figura 75. “O porteiro da Maternidade” de Nuno Saraiva, 2019.

Figura 76. Festas de Lisboa por Nuno Saraiva, 2015

Figura 77. Capa do Livro “The Feminist Activity book” ilustrada por Gemma Correll, 2016.

Figura 78. “Here’s to being a woman on the internet!” de Gemma Correll, 2019.

Figura 79. “Body Shapes: a hangy guide” de Gemma Correll, 2014.

Figura 80. “Are you beach body ready?” de Gemma Correll, 2018.

Figura 81. “Halloween Costumes” de Gemma Correll, 2012.

Figura 82. “Irse lejos para estar más cerca” de Nono Rueda, 2018.

Figura 83. Ilustração de Nono Rueda, 2019.

Figura 84. “Body possyive” de Nono Rueda, 2019.

Figura 85. “I’m feeling good” de Nono Rueda, 2019.

Figura 86. Série “Fucking freedom”, projeto pessoal de Cachetejack, 2020.

Figura 87. “Together” de Marie Boiseau, 2019.

Figura 88. Ilustração de Marie Boiseau, 2019.

Figura 89. Ilustração de Marie Boiseau, 2019.

Figura 90. “L’association Josephine” de Marie Boiseau, 2021.

Figura 91. “Inspired by a girl I saw on tiktok ” de Marie Boiseau, 2020.

Figura 92. Ilustração de Marie Boiseau, 2020.

Figura 93. “Is my outfit too slutty?” de Cecile Dourmeau, 2019.

Figura 94. “Experiment to free yourself from the eyes of others” de Cecile Dourmeau, 2019.

Figura 95. “Unused sketches” de Cecile Dourmeau, 2019.

Figura 96. “Seen in Barcelona this summer” de Cecile Dourmeau, 2019.

Lista de abreviaturas

GG - Guerrilla Girls

LGBTQIA+ - Lésbica, Gay, Bissexual, Trans, Queer, Intersexo, Assexual

SRWW – See Red Women’s Workshop

WWD - Women Who Draw

Índice

1. Introdução 16

- 1.1 | Campo de estudo: ilustração e emancipação da visibilidade feminina 19
- 1.2 | Metodologia 21
- 1.3 | Questão de investigação 23
- 1.4 | Objetivos 23

2. Cultura visual, identidade e feminismo 24

- 2.1 | De que falamos, quando falamos de cultura visual? 25
- 2.2 | Políticas de identidade 32
- 2.3 | Identidade cultural no design 34
- 2.4 | Globalização, feminismo e arte 38

3. No feminino 42

- 3.1 | As vagas do feminismo 43
- 3.2 | Sexo e género – identidade 48
- 3.3 | Representação do feminino 50
 - 3.3.1 | Libertação do corpo feminino 51
 - 3.3.2 | Assédio, opressão e sexismo 56
 - 3.3.3 | Diferenças culturais 60

4. Uma cultura de imagens 64

- 4.1 | Imagem nos mass media e feminismo 65
- 4.2 | A imagem comunica 70
- 4.3 | Imagem ilustrada, feminista e com humor 74
- 4.4 | Ilustrar nos novos media 82

5. Estudos de caso 84

- 5.1 | Enquadramento 85
- 5.2 | Introdução à análise de ilustrações 86
- 5.3 | Os diferentes olhares ilustrados
 - 5.3.1 | Visão em geral 88
 - 5.3.2 | Visão em particular 89

6. Projeto gráfico 110

- 6.1 | Enquadramento 111
- 6.2 | A série de 30 postais 112
 - 6.2.1 | As personagens 117
- 6.3 | Feminista à segunda 122

7. Conclusão 138

8. Referências 142

9. Anexos 150

1

Introdução

1 | Introdução

O presente trabalho de investigação em design gráfico parte do contexto social, cultural e político da mulher. Ao situar a pesquisa no campo dos estudos visuais, da cultura e nos estudos feministas procura-se contribuir para uma reflexão sobre o papel da ilustração na criação de formas emancipatórias da visibilidade da mulher.

A vontade de compreender a forma como a mulher é vista na nossa sociedade, surge a partir de um interesse biográfico em simultâneo com o interesse profissional, na medida em que o estudo do feminismo tornou-se no principal tema para o desenvolvimento do meu trabalho ilustrado pessoal e expandiu-se de forma mais aprofundada para a dissertação. Como pessoa ilustradora freelancer comecei por desenvolver ilustrações sobre a igualdade de género, sobre o quotidiano da mulher e a aceitação do seu próprio corpo. Inicialmente surgiu da necessidade de expor situações que já vivenciei ou que aconteceram com pessoas próximas. Estas ilustrações foram partilhadas em plataformas digitais, mais especificamente através do instagram, e nessa altura tive ainda mais consciência que não eram situações isoladas e acontecem mais frequentemente do que aquilo que imaginámos, independentemente da idade ou de outro fator.

A partir desse momento, o estudo da perspetiva feminista e a compreensão da sua atuação tornaram-se numa prioridade para o desenvolvimento do meu trabalho e resultou na proposta do projeto prático.

O feminismo gera sempre muita discussão. O movimento confronta-se com comportamentos enraizados na comunidade, sendo naturalizados e desculpados com muita facilidade. Por



Figura 1
Fotografia para a campanha da marca
Victoria's Secret, 2020.
Fonte: <https://www.facebook.com/victoriassecret/photos/a.10150693304939090/10158251659109090>



Figura 2
Chloe Lopes Gomes, primeira
bailarina negra em Berlim.
Fonte: <https://edition.cnn.com/style/article/chloe-lobes-gomes-ballet-racism-personal-essay/index.html>

outro lado, há pessoas que não sabem o verdadeiro significado do movimento e pensam que o feminismo é o contrário de machismo. Também há quem defenda que o feminismo já não faça sentido porque as mulheres “já têm trabalho” e “podem ser livres”. A situação, contudo, é outra.

Estamos em 2022 e de vez em quando são publicadas notícias que sinalizam alterações no reconhecimento das mulheres na sociedade. Essas notícias contêm um duplo leituro: o muito que mudou nas últimas décadas, o muito que falta mudar. Kamala Harris foi a primeira mulher, negra, a ser eleita vice-presidente dos Estados Unidos, Stephanie Frappart foi a primeira mulher a arbitrar um jogo de futebol na Liga *Champions*: os exemplos

positivos revelam a grandeza da dominação num mundo de homens. Mas muitos outros exemplos mais próximos da mulher comum vão aparecendo. Vota-se em Espanha uma lei considerando todas as relações sexuais não consensuais como violação. A Escócia torna os produtos para a menstruação gratuitos e nos Estados Unidos foi retirado o imposto dos produtos absorventes. A marca de roupa interior *Victoria's Secret* (figura 1) partilhou uma fotografia com nove modelos de diferentes nacionalidades, cores de pele e tamanhos. Alguns estereótipos relacionados com o corpo e com a beleza começam a ser quebrados. Há muito caminho a percorrer.

No entanto, outras situações causam preocupação sobre qual será o futuro da mulher



Figura 3
Cartazes elaborados pelo
grupo SRWW
(1976-1978).

Fonte: <https://buzzfeed.com.br/post/11-posteres-feministas-cheios-de-mensagens-inspiradoras-e-de-empoderamento>

na sociedade contemporânea. Na Polónia muitas pessoas protestaram contra a reformulação da lei, ainda mais restritiva, do aborto. Em Berlim, Chloe Gomes, a primeira bailarina negra da principal companhia de ballet (figura 2), acusou a instituição de racista, afirmando que ela não se encaixava por causa da sua cor de pele, querendo que a bailarina utilizasse maquilhagem branca para se misturar com as restantes bailarinas. Durante este ano, verificou-se um aumento de dispensa de mulheres no trabalho devido à pandemia, que obrigou o funcionamento das empresas através de teletrabalho e com as escolas fechadas, a mulher é a primeira a ser pensada para cuidar dos seus filhos.

1.1 | Ilustração e emancipação da visibilidade feminina

Na maioria das vezes, pensamos no termo de cultura apenas quando estamos em contacto com a “diferença”: diferentes alimentos, vestuário, costumes, línguas. Estas condições consideradas facilmente perceptíveis são simplesmente vestígios de identidades e narrativas complexas que evoluíram para dar respostas a perguntas básicas, tal como um grupo de pessoas deve entender e viver o seu quotidiano em conjunto, num determinado local. Uma cultura bem estruturada fornece conteúdos significativos da visão do mundo, para auxiliar na construção de quem somos, num certo lugar, através da etnia, religião e questões de género.

A cultura visual tem como objetivo compreender a vida quotidiana através de imagens, campo que é definido pelo contexto de interação social e formado por conceitos como classe, identidade e gênero (Nicholas Mirzoeff, 2015). John Berger (2006) reflete sobre os papéis desiguais entre os gêneros, explicando através da pintura que o homem é quem observa e a mulher vê-se a ser vista, de forma a estarem sempre disponíveis para servir o outro e para seduzirem quem observava do lado de fora da obra.

Em relação à questão de identidade, esta é apenas pensada quando estamos perante o declínio de algo que é dado como estável. Os deslocamentos sociais e culturais contribuíram para o surgimento de novos movimentos sociais, tal como o feminismo (Stuart Hall, 2006). O movimento feminista foi destacando-se na luta pela igualdade entre homens e mulheres.

Em 1974, um grupo de jovens artistas, as *See Red Women's Workshop*, decide criar um conjunto de posters denunciando a situação da mulher, como podemos observar na figura 3 (página 19). O grupo consegue fazer com que o seu trabalho seja distribuído por todo o Reino Unido e seja divulgado pelo mundo através de uma rede de ativistas e livrarias. Adotando formatos populares, *posters*, calendários, panfletos e cartas, questionam o papel e os estereótipos associados às mulheres. O grupo esteve ativo até aos anos 90, mas em 2017 reafirmam a sua posição: “os *posters* ainda parecem ter a capacidade de

falar com diferentes gerações, embora isso também indique que a batalha pela liberdade e pela igualdade está longe de ser vencida” (Gabriel Sanchez, 2017).

Para esta investigação destacamos três itens principais dos estudos do feminismo: i) a libertação do corpo feminino, ii) o assédio, iii) o racismo na perspetiva interseccional. O primeiro equaciona a libertação do corpo feminino e o poder de escolha das mulheres sobre políticas reprodutivas. Além disso, reflete também acerca dos padrões de beleza criados socialmente, uma vez que a ideia de beleza contestou as novas liberdades transpondo para o corpo os limites sociais impostos às mulheres (Naomi Wolf, 1992). O segundo item refere-se à questão do assédio ligado à opressão e ao sexismo. Com o auxílio de Sandra Bartky (2008), compreende-se que a opressão feminina não existe somente a nível financeiro e político, também se apresenta de forma psicológica, ou seja, expressa-se em relação a estereótipos, domínio cultural e ainda como propósito sexual. A terceira temática escolhida remete para as diferenças culturais, sociais e políticas o que implica abordar o tema do racismo. Nesta matéria, é relevante compreender o feminismo interseccional, termo utilizado por Kimberlé Crenshaw (Arica Coleman, 2019) que descreve que uma mulher pode estar sujeita a duas ou mais formas de subordinação em simultâneo, tratando-as como uma estrutura única e não como elementos isolados.

A segunda parte da dissertação, correspon-

derá ao projeto gráfico e irá basear-se no estudo teórico apresentado anteriormente com o objetivo de desenvolver uma série de ilustrações sobre a libertação do corpo feminino, o assédio e formas de discriminação, apresentadas em formato de postal. De modo a analisar os três pontos expostos anteriormente, na cultura visual, será fundamental apurar conteúdo visual que seja relevante para o *design* gráfico e para a ilustração especificamente. Na impossibilidade de analisar toda a massa de imagens que têm em circulação, foram selecionados cinco pessoas ilustradoras portuguesas e cinco pessoas ilustradoras de outras nacionalidades para a análise de recolha de elementos e características de personagens ilustradas já representadas.

A ilustração como disciplina só foi reconhecida recentemente, apesar da sua existência desde há muitos séculos. Nos EUA, foi reconhecida em 1901, pela Sociedade de Ilustradores. Devido à sua linguagem e aos meios em que era produzida, foi qualificada diversas vezes como pintura, gravura, arte comercial, desenho animado e figuras em livros. A exteriorização de conceitos e ideias são geradas pelo processo de desenho, ou seja, a utilização desse processamento criativo em conjunto com o uso do *design*, tornaram-se ferramentas essenciais para trabalhar questões de comunicação visual. O aumento da produção de ilustrações está a influenciar as gerações contemporâneas em conjunto com a revolução digital tornar as ferramentas mais acessíveis. As habilidades opera-

cionais associadas com a prática de ilustração contemporânea envolvem cada vez mais uma variedade de media tradicionais e digitais, tal como um site e plataformas de partilha online (Alan Male, 2007).

1.2 | Metodologia

A metodologia para a presente investigação estará estruturada em duas fases principais: revisão bibliográfica sobre cultura visual, *design* e feminismo e pela análise de imagens ilustradas relativas à representação da mulher. A linguagem visual é portadora de significados mesmo antes de analisarmos o conteúdo da mensagem.

Relativamente às leituras, para o capítulo sobre cultura visual e feminismo poderemos destacar o terceiro capítulo do livro *Modos de ver* de John Berger e a leitura auxiliar de *How to see the world* de Nicholas Mirzoeff. O artigo *Why have there been no great women artists?* de Linda Nochlin será fundamental para compreender a invisibilidade das mulheres como artistas. Para o estudo sobre identidade e *design*, o livro *A Identidade cultural na pós-modernidade* de Stuart Hall e o primeiro capítulo de *O design que o design não vê* de Mário Moura serão essenciais. Para o capítulo seguinte, sobre políticas feministas e interseccionais será importante a leitura de alguns artigos provenientes do livro *The Feminist Philosophy Reader* e da plataforma online *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. No estudo de imagem ilustrada, feminista e

com humor poderemos destacar a entrevista de Rosalind Gill: *we don't just want more cake, we want the whole bakery* e o capítulo *A theory of feminist visual humour* do livro *A theory of feminist visual humour em UK feminist cartoons and comics: A critical survey* de Nicola Streeten.

A segunda fase será a recolha de dados qualitativos através da elaboração de um quadro onde serão analisadas diversas ilustrações de cinco ilustradores e ilustradoras portuguesas e cinco ilustradoras de outras partes do mundo. Todas as imagens foram recolhidas através das suas plataformas digitais.

O quadro de análise será baseado na abordagem semiótica social de Michael Halliday e estará dividido em duas partes. A primeira corresponderá à análise dos meios de difusão, do público e do tema /conteúdo. Será necessário verificar qual o tipo de trabalho que o/a ilustrador/a desenvolve, mais especificamente se colabora com jornais, revistas ou outras marcas, publicação em livro ou exposição em galerias. Ter em atenção o tipo de público que acompanha os seus trabalhos e detalhar os principais temas abordados pelos artistas, assim como políticas feministas e interseccionais, sexismo e violência de género, igualdade de género, amor próprio, classe e poder, (in)visibilidade. A segun-

da parte será focada nos aspetos formais e gráficos e ainda sobre a representação das personagens. Será efetuado o levantamento do tipo de ilustração desenvolvida, tal como cartoon, banda desenhada, ilustração independente ou em série. Verificar o tipo de material utilizado e além disso, apurar a linguagem gráfica, na qual inclui aspetos sobre a linha/ contorno, preenchimento das formas e paleta de cores que constituem as personagens e o ambiente envolvente. Em seguida, caso exista linguagem textual, será analisada a relação do texto com as personagens. O objetivo será compreender qual a representação que tem mais destaque na imagem apresentada; se o texto é do narrador, do autor ou se foi expresso por uma personagem e por fim, será analisado o tipo de letra: desenhada pela própria pessoa ilustradora ou recorre a uma fonte tipográfica. Relativamente à representação das personagens será relevante observar os estereótipos retratados que incluirá informações acerca de peso, idade, cabelo (curto ou comprido), pelos, pele (cor e marcas), maquilhagem, músculos; analisar se a personagem está estática ou a realizar uma ação, se surge sozinha ou acompanhada, se está a interagir com outras personagens ou objetos e se está a olhar para o observador, para outra personagem/ objeto ou para o exterior da área representada.

1.3 | Questão de Investigação

Para um trabalho de investigação é necessário questionar e levantar problemas que encontramos e que são pertinentes para quem irá explorar. De acordo com a temática que será explorada, formularam-se algumas questões que se complementam entre si para conseguir obter o resultado pretendido.

As questões são as seguintes:

- Qual o papel da cultura visual sobre a representação da mulher na nossa sociedade?
- De que forma a ilustração e o humor podem contribuir para a visibilidade da mulher?
- De que modo esta investigação determina a minha identidade como *designer* gráfica, ilustradora e mulher?

1.4 | Objetivos

Os objetivos para esta investigação, tendo em vista o contexto social, cultural e político serão:

- Analisar o tratamento dado à (in)visibilidade da mulher na cultura visual contemporânea;
- Apresentar casos de estudo que permitiram demonstrar políticas feministas e interseccionais que contribuíram para combater os estereótipos, formas de assédio e opressão e ainda diferenças culturais entre as mulheres;
- Propor um projeto gráfico que permita retratar a abordagem teórica e que permita a reflexão e consciencialização de como podemos contribuir para a mudança.

2

Cultura visual, identidade e feminismo

2.1 | De que falamos, quando falamos de cultura visual?

A cultura consiste num conjunto de práticas que estruturam a produção e a troca de significados entre os membros de uma sociedade. É através da identificação dos processos, identidades, mudanças e conflitos sociais que nos poderemos aproximar de uma compreensão da sociedade. A imersão no social e os significados que os participantes interpretam podem ser explícitos ou implícitos, conscientes ou inconscientes, transmitem-se no quotidiano, na arte e nos sonhos. Os significados (Gillian Rose, 2001: 6) estruturam a forma como cada pessoa se comporta no dia a dia. Atualmente, a maioria dos significados presentes no quotidiano são transmitidos por imagens visuais ou audiovisuais. As imagens não são totalmente o reflexo do ambiente que nos rodeia, estas apresentam uma interpretação e exibem-na de uma forma muito particular. Rose (2001: 9) argumenta com Donna Haraway (1991) de que o desejo do visual contemporâneo está ao dispor de apenas algumas pessoas e instituições, nomeadamente as que estão ligadas ao capitalismo, colonialismo e supremacia masculina. Este tipo de visualidade, a partir de ideias baseadas no patriarcado e opressão, contribui para criar categorias, concepções de diferentes classes sociais, etnias, género e sexualidade. Haraway examina como algumas instituições mobilizam certas formas de perceção de como vêem e organizam o mundo relacionadas com a diferença social, impedindo outros modos de ver essa desigualdade. O seu interesse baseia-se em reunir esforços de forma a conseguir percecionar a diferença social não hierarquizada.

John Berger (2006: 12), diz-nos que “ver é um ato voluntário” pois aprendemos a ver antes de falar e nunca vemos uma coisa de cada vez, isto é, estamos sempre a observar a relação entre as coisas e nós próprios. O conhecimento que possuímos em conjunto com o que pensamos afeta a forma como vemos as coisas. O ato de podermos ver é condicionado pelos nossos hábitos e costumes. É a relação entre o que é visível e os nomes que atribuímos às coisas que vemos, envolvendo, também, o que não é visível ou o que está fora do campo de visão. Reunimos a visão do mundo através daquilo que já sabemos e do que já experimentamos. Gillian Rose (2001: 10) e Mirzoeff (2015: 11) preocupam-se com a forma como as imagens visualizam ou tornam invisível a diferença social, demonstrando que as categorias sociais não são naturais, mas sim construídas. É necessário observar e compreender os princípios da inclusão e exclusão, os papéis atribuídos e a forma como se distribuem na imagem, bem como, interpretar as hierarquias e diferenças que se naturaliza socialmente.

Em *studying visual culture*, Irit Rogoff (2002: 24) sustenta que o surgimento da cultura visual como campo de investigação multidisciplinar e metodológico significa uma oportunidade de repensar alguns problemas mais espinhosos da cultura atual sob outro ângulo. Assim, para observar imagens é necessário pensar sobre o que estas têm para oferecer visualmente acerca de classes sociais, género, etnia e capacidade física. Gillian Rose (2001: 11) complementa que, para além do aspeto das imagens, também existe a preocupação de tentar compreender a forma como estas são vistas pelos observadores.

Que relação com o feminismo?

John Berger (2006: 64), no seu texto clássico (1972) sobre a experiência da visualidade, reflete sobre a diferença entre o observador e quem é observado, explicando que o homem é quem observa e a mulher vê-se a ser vista. O autor argumenta que na pintura, as mulheres eram representadas para serem vistas, como forma de servir o outro, mais especificamente o observador masculino. Descreve como as mulheres são representadas: despidas, vaidosas, passivas, sexualmente atraentes, como um espetáculo para ser avaliado. Não obstante, compreender a representação da feminilidade, também implica entender a construção da masculinidade, na qual, estas representações são percebidas como parte da construção cultural, mais precisamente da diferença de género. Esta conceção marca a cultura ocidental que, como comenta Irit Rogoff (2002: 24), se foca na centralidade da visão e do mundo visual como produção de significados, estabelecendo e mantendo valores estéticos, estereótipos de género e relações de poder dentro da cultura. Berger (2006: 59 e 60) reflete esses papéis desiguais dos homens e das mulheres, traduzindo-se na forma como os géneros são representados. Na sua análise, além das imagens, aborda a experiência visual que estas causam, na medida em que os homens e as mulheres têm experiências diferentes, logo a começar pela presença social. A presença social de um homem está relacionada com o seu poder, enquanto que a de uma mulher é avaliada pela forma

como se apresenta em público, dependendo das suas atitudes, roupas, expressões e opiniões. A forma como se apresenta vai determinar o modo como o homem a tratará.

Linda Nochlin¹, no artigo “*Why have there been no great women artists?*” de 1971 reflete sobre como a questão de igualdade das mulheres na arte ou em outra área, não coincide sobre a generosidade ou a má intenção de certos homens, ou sobre o otimismo ou “natureza desprezável” de algumas mulheres, mas sim na essência das nossas organizações institucionais e na conceção de realidade que estas estabelecem sobre os seus colaboradores. Quando algo não está de acordo com estas normas instaladas na sociedade, parece ser antinatural, é por isso necessário criar um ambiente onde a igualdade de oportunidades não seja apenas possível, mas que seja ativamente reforçada pelas organizações sociais. No artigo, Nochlin expõe as barreiras impostas pela sociedade que dificultaram as mulheres de não terem uma profissão no campo das artes ou de serem reconhecidas como artistas. A autora argumenta que algumas feministas afirmam que existem diferenças sobre o significado de grandiosidade para homens e mulheres na arte e a arte produzida por mulheres ou por um grupo de mulheres que tem como objetivo abordar a experiência da própria mulher, deve ser reconhecida como arte feminista.



Figura 4
Cartaz "Do women have to be naked to get into the Met. Museum?" de Guerrilla Girls, 1989.

Fonte: <https://www.guerrillagirls.com/naked-through-the-ages>

Ao longo da história da arte foram considerados artistas um número maior de homens do que mulheres, porém quando observamos o que está representado nas obras, verificamos que a situação se inverte, sendo que, foram retratadas mais mulheres. O cartaz representado na figura 4, "Do women have to be naked to get into the Met. Museum?" faz parte de uma série desenvolvida pelo grupo de artistas feministas, *Guerrilla Girls* (GG), que se mantém de forma anônima, desde 1985, em Nova York. O grupo é conhecido por utilizar máscaras de gorila em público, recorrem à divulgação de factos e recursos visuais para exporem preconceitos étnicos e de gênero, assim como a corrupção na política, arte, cinema e cultura pop. GG baseiam-se na teoria do feminismo interseccional para combater a discriminação e apoiam os direitos humanos para todas as pessoas. "The advantages of being a woman artist" (figura 5) é um cartaz que teve muito

THE ADVANTAGES OF BEING A WOMAN ARTIST:

Working without the pressure of success
Not having to be in shows with men
Having an escape from the art world in your 4 free-lance jobs
Knowing your career might pick up after you're eighty
Being reassured that whatever kind of art you make it will be labeled feminine
Not being stuck in a tenured teaching position
Seeing your ideas live on in the work of others
Having the opportunity to choose between career and motherhood
Not having to choke on those big cigars or paint in Italian suits
Having more time to work when your mate dumps you for someone younger
Being included in revised versions of art history
Not having to undergo the embarrassment of being called a genius
Getting your picture in the art magazines wearing a gorilla suit

A PUBLIC SERVICE MESSAGE FROM **GUERRILLA GIRLS** CONSCIENCE OF THE ART WORLD

impacto quando as *Guerrilla Girls* o espalharam pela cidade. O grupo recorreu à ironia para descrever algumas "vantagens" de ser artista mulher, dado que, o que encontramos no poster são falsas desvantagens e ao mesmo tempo manifestam as dificuldades de uma mulher ter tanto sucesso quanto um homem no campo artístico. Algumas dessas "vantagens" são as seguintes: poder trabalhar sem pressão para o sucesso; saber que qualquer tipo de arte que fizer terá o rótulo de feminino; ver as suas ideias no trabalho de outros; ter a oportunidade de escolher entre a carreira artística e ser mãe; ter mais tempo para trabalhar quando o seu marido a troca por alguém mais jovem ou ainda de ter uma fotografia sua em revistas de arte com a máscara de gorila. O tom irônico e o riso são elementos que atravessam os trabalhos das GG, que expõem e promovem a desconstrução de um imaginário de igualdade no campo das instituições artísticas.

Figura 5
Cartaz "The advantages of being a woman artist" de Guerrilla Girls, 1987/1988.

Fonte: <https://www.guerrillagirls.com/work>



Figura 6
Fotografias da obra "The Dinner Party" de Judy Chicago, 1979.

Fonte: <https://www.judychicago.com/gallery/the-dinner-party/dp-artwork/#7>



Ao longo da segunda metade do século XX e até ao nosso tempo, várias artistas deram visibilidade a causas feministas. Uma das primeiras obras reconhecida como feminista é *The Dinner Party* de Judy Chicago, representada na figura 6. A obra simboliza mulheres que foram importantes desde as primeiras civilizações até ao século XX, mas que não tiveram o devido reconhecimento. A instalação consiste num banquete cerimonial, numa mesa triangular com 39 lugares, em que cada um representa uma mulher importante da história. A mesa contém utensílios em ouro e pratos de porcelana pintados à mão com representações de vulvas no estilo

artístico associado à mulher homenageada. Também inclui mais 999 nomes de outras mulheres inscritos em ouro, debaixo da mesa, no piso de ladrilhos brancos. A mesa é triangular por ser uma figura associada ao feminino e a forma do triângulo equilátero representa a igualdade, colocando 13 pratos em cada lado. Este número refere-se à Última Ceia, em que só foram representados homens. A obra comemora conquistas femininas tradicionais, como arte têxtil e pintura em porcelana, que foram consideradas artesanato ou "arte doméstica", em contraste com as belas artes, estimada como arte masculina.



Figura 7 a

Figura 7 a, b, c.
Fotografias da obra "Diva" de Juliana Notaria, 2020.

Fonte: <https://revistacontinente.com.br/secoes/critica/-diva---de-juliana-notari--e-uma-ferida>



Figura 7 b



Figura 7 c

Na nossa sociedade, obras relacionadas com as mulheres, ainda provocam muito impacto. São temas que desencadeiam grandes discussões, nas quais as opiniões se dividem com bastante facilidade. O início do ano de 2021, foi marcado pela obra de *land art* da artista plástica Juliana Notaria, representada na figura 7. A obra foi intitulada de "Diva" representa uma vulva ferida com 33 metros de comprimento, 16 metros de largura e com 6 metros de profundidade. Esta está localizada na Usina Santa Terezinha, em Água Preta, mais precisamente no Brasil. A obra foi esculpida com as mãos para poder ter o detalhe que a "Diva" possui, recoberta de betão armado (sistema estrutural da construção civil) e resina, utilizando a cor vermelha. Questiona a relação entre a natureza e a nossa sociedade ocidental, é sobre o corpo feminino, sobre as mulheres que foram violadas, queimadas, o corpo das pessoas negras que foram escravizadas, o corpo oprimido, a mutilação genital e sobre a misoginia (Podcast Programa Entre: 2020). Atualmente, a percepção do corpo feminino ainda é um tabu, a sexualidade, a própria vulva, o sangue menstrual, inclusive, a forma como a mulher tem de se apresentar na sociedade. Também é uma chamada de atenção para a representação do órgão genital feminino, mais especificamente, para a diferença entre a vulva e a vagina. A obra de Juliana "perdeu" o nome original da peça, uma vez que, os media começam a referir-se à obra como vagina. Isto revela que a maioria das pessoas tem falta de conhecimento sobre o corpo feminino confundindo a vulva com a vagina, o lado exterior do sexo feminino e o "mais aceitável" interior. A arte está na sociedade, não é algo que se encontra à parte.

2.2 | Políticas de identidade

Na obra *A identidade cultural na pós-modernidade*, Stuart Hall (2006), revela como as mudanças estruturais das sociedades modernas estão a abalar e a subdividir culturalmente as classes, o gênero, as etnias, as raças e a nacionalidade, que anteriormente se apresentavam solidificadas socialmente. Estas transformações originaram a ideia de “crise de identidade”, na medida em que quando existe um deslocamento do indivíduo no campo social, cultural e ainda sobre si próprio, são fatores que afetam as identidades pessoais, gerando a incerteza. Esse deslocamento, segundo Zygmund Bauman (2005: 19), causa uma sensação de desconforto e de inquietação, uma vez que, existe sempre algo a explicar ou a esconder; existem diferenças a serem diminuídas ou desculpadas. O conflito entre as identidades de cada um e aquelas que o coletivo tenta impor estão em constante desentendimento e numa negociação eterna. Só pensamos na questão de identidade quando estamos perante a decadência de algo que é dado como estável (Hall, 2006: 10). Tal como sugere que a questão de identidade aparece com a apresentação a “comunidades de destino” (Bauman, 2005: 17), isto é, os membros de uma comunidade são reunidos através de ideias ou por uma pluralidade de princípios, mantendo-os unidos num mundo diversificado e multicultural. A política de identidade tem como objetivo (John Hartley, 2004: 101) permitir a participação política para todos aqueles que são excluídos dos meios tradicionais de representação. Durante a segunda metade do século XX (Hall, 2006: 44) surgiram alguns avanços sociais e nas ciências humanas, que contribuíram para o deslocamento do sujeito, tal como o feminismo, que se integrou no grupo dos “novos movimentos sociais” surgidos nos anos sessenta.

Segundo Hall (2006: 45 e 46), o impacto do feminismo como crítica teórica e como movimento social, apelava às mulheres; à política sexual dos homossexuais; às lutas raciais, principalmente dos negros; originou a política de identidade, dado que cada movimento apelava para uma identidade social. Também politizou a subjetividade, a identidade e o processo de identificação; contestou politicamente, relativamente à vida social, a família e a divisão do trabalho doméstico. Ao longo do tempo, o movimento progrediu, passando a incluir a formação de identidades sexuais e de gênero.

A formação da identidade (Hall, 2006: 38 e 39) constrói-se ao longo do tempo, através de procedimentos inconscientes e não a partir de algo que é nativo, que já existe na nossa consciência, desde que nascemos. Ao referir-nos ao conceito de identidade, deveríamos pensar como um processo em construção, em vez de pensarmos em algo já concluído. A liberdade de modificar qualquer aspeto ou aparência da identidade individual (Bauman, 2005: 91, 92) é algo que a maior parte das pessoas considera acessível, no sentido de haver muita oferta de elementos ou objetos que podem complementar a identidade que essa pessoa deseja para si num determinado momento. Esta construção de identidade apresenta uma infinidade de experimentações, dado que quando assumimos uma determinada identidade num certo momento, deixamos de lado todas as outras hipóteses e nunca conseguimos saber se a que escolhemos é a melhor que podemos obter ou se haverá outra que nos dará maior agrado.

2.3 | Identidade cultural no design

A “era multicultural” traduz-se na experiência de vida da nova sociedade global, na qual quando se viaja avião ou pelo computador, se consegue descobrir outros elementos que falam a mesma língua e que se preocupam com os mesmos assuntos (Bauman, 2005: 102). Para elaborar a ideia de identidade cultural, baseamo-nos principalmente na cultura onde nascemos. Uma cultura é composta por instituições culturais e ainda por símbolos e representações, ou seja, é uma forma de produzir sentidos que influenciam e organizam as nossas ações e o ponto de vista que temos de nós próprios. (Hall, 2006: 47, 50) Assim, apesar dos elementos de cada cultura serem completamente diferentes em relação à classe, género ou etnia, esta apenas procura representar estas diferenças como uma identidade, retratando-os como uma unidade. (Hall, 2006: 59) Hall propõe uma maneira de unificar estas diferenças, como expressão representativa da cultura de “um único povo”, deixando claro a ideia de etnia e raça. O autor (Hall, 2006: 62) esclarece que o termo etnia é utilizado para referir as características culturais, tal como a língua, a religião, as tradições e costumes; dando o seguinte exemplo: “a Europa Ocidental não tem qualquer nação que seja composta de apenas um único povo, uma única cultura ou etnia.” Já a noção de raça pertence ao campo discursivo e não ao biológico, sendo que não podemos utilizar a diferença genética para distinguir um povo de outro. A raça re-

fere-se apenas a “marcas simbólicas” como a cor da pele e características físicas.

Ao analisar a identidade no campo do *design*, Mário Moura (2018) pretende verificar se esta prática é universal e neutra, ou seja, se os termos de classe, etnia e género são exteriores ao *design* ou se são interiorizados. Primeiramente, o autor considera que a visão comum de que o “*design* é em si algo neutro, universal, e só adquire a sua ética do contexto a partir do exterior” (2018: 30), ou seja, o *design* pode ser aplicado utilizando valores éticos do bem ou do mal. Moura pretende averiguar se as características de neutralidade e universalidade são essenciais à disciplina ou se são apenas o reflexo das mudanças sociais. Em segundo, ao analisar como as hierarquizações de género e classe se cruzam no *design*, existe claramente uma diferenciação entre homens e mulheres. Para exemplificar, o autor refere que a “Coleção D” e a “Coleção de *designers* portugueses” somam mais de vinte livros e apenas um é dedicado a uma mulher. Além de que as mulheres tendem a ganhar menos, tal como em outras áreas, pois ficam com cargos ou funções inferiores. Inicialmente, o *design* era considerado trabalho de mulher, pois era associado a decoração (papel de parede, carpetes e criação de padrões), também era feito a partir de casa. Para elevar a profissão a “outro nível” afastaram-na do ambiente doméstico e começaram a asso-

ciá-la ao sexo masculino. “A própria criação da identidade cultural do *design* envolve, ... uma masculinização da profissão” (2018: 38), ou seja, é a matéria cultural que determina a forma como o *design* é feito e hierarquiza o género dentro do *design*. Na maioria das vezes, o *design* ainda continua a ser branco, masculino e heterossexual. Em terceiro, as características de etnia, género e classe integram-se no *design* a partir de dentro, pois o *design* muda ao longo do tempo e tende a tornar invisível essas características através da naturalização da mudança. Esta mudança não se apresenta de forma crescente, na medida em que se adapta a um contexto que está em constante alteração.

Uma das contribuições do feminismo no campo do *design* foi de transportar a capacidade crítica, começando por questionar ao longo da história como as imagens se formaram, os espaços e os objetos a partir de uma visão masculina. O *design* pode entender-se como uma capacidade que contém práticas projetuais para resolver e apresentar soluções que garantam igualdade nos diversos setores sociais, ou seja, pode atuar como uma ferramenta de transformação social. Os estudos de género aliados ao *design* constituem um instrumento que permite identificar a forma como cada indivíduo simboliza e constrói a sua realidade (Rubio, 2017). Já durante a segunda metade do século XX, Sheila Bretteville com o acordo de Victor Papanek, reitor da *School of Design*, conseguiu

iniciar um programa dedicado a estudantes mulheres de *design* (*Women’s Design Program*) juntamente com Judy Chicago e foi o primeiro programa de *design* criado para mulheres. Depois, este programa impulsionou a criação de outros, tal como, *Feminist Studio Workshop* (FSW), e mais tarde também fundou a *Woman’s Building*. Sheila Bretteville afirmou-se como feminista através dos seus trabalhos e atreveu-se a utilizar a palavra “feminista” nos anos 70 e 80, numa época em que poucas mulheres *designers* o faziam, com receio de colocarem em perigo o seu sucesso profissional. O trabalho que Bretteville desenvolveu refletia os princípios feministas através da representação de um sujeito de várias perspetivas, a contradição entre palavras e imagens, coincidindo com as teorias de tipografia experimental e o pós-modernismo. Na figura 8 podemos observar um cartaz, de 1975, desenvolvido para uma conferência que organizou sobre as mulheres no *design*. Também representa o seu trabalho no campo político e ao mesmo tempo envolve toda a comunidade.



Figura 8
"Women in Design: The next decade" de Sheila Bretteville, 1975.

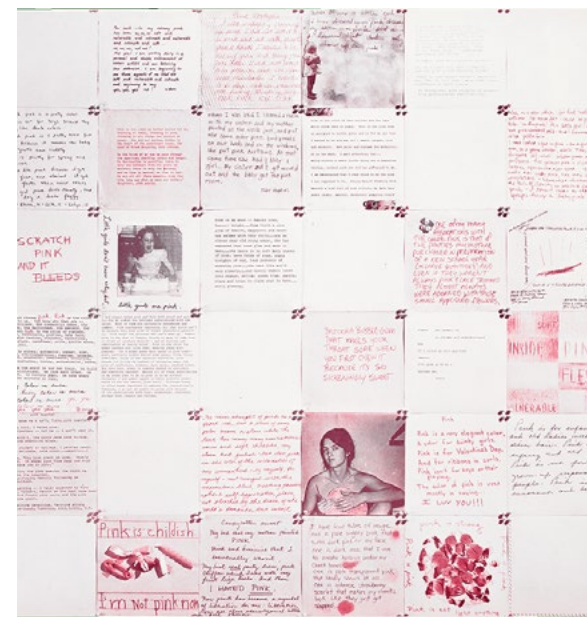
Fonte: <http://sheilastudio.us/>

Figura 9
"Pink is childish" de Sheila Bretteville, 1974.

Fonte: <http://sheilastudio.us/>

O poster quebra com alguns estereótipos relacionados com as mulheres no *design*, visto que, Bretteville utilizou um processo arquitetônico, optou pela cor azul que é associada ao masculino e ainda elaborou uma ligação simbólica entre as fases da lua e a mulher. A forma geométrica da paisagem rompe com os ideais da época, no qual as mulheres produziam *designs* ornamentados e orgânicos, oriundos do movimento *Arts and Crafts*. O parafuso com olhal era um elemento que a *designer* costumava utilizar para representar as mulheres, tornando-se num símbolo feminista pois representa a força. A repetição deste objeto no cartaz representa as mulheres numa marcha coletiva. A sua intenção era causar impacto e fazer mudanças através do seu trabalho e também desafiar a ideia de código de gênero. A *designer* também desenvolveu um trabalho sobre a cor rosa, representado na imagem 9, sendo que

distribuiu um quadrado por diversas mulheres de idades diferentes para que escrevessem o que pensavam sobre esta cor. Outros quadrados foram deixados em branco para que existisse abertura de outros significados também fazerem parte do projeto envolvendo assim o espectador. A cor rosa é associada a representações estereotipadas femininas e isso tem implicações na arte e no *design*, no qual incorpora a cor para se dirigir ao público alvo. No final, uniu todos os quadrados para originar uma manta. Bretteville criou ondas de inspiração no *design* e encorajou outras mulheres, pois ao longo da sua carreira profissional, deparou-se com dificuldades na sociedade por causa do seu gênero e as oportunidades disponíveis eram limitadas para as mulheres.



Em 2012, Gerda Breuer e Julia Meer editaram o livro "Women in graphic design 1890-2012" (figura 10) que incluiu várias *designers* gráficas mulheres, tais como Sheila Bretteville, Paula Scher, Ellen Lupton.

O livro reúne as diversas contribuições das mulheres para o *design* de cartazes, educação e artes aplicadas. Durante o processo de pesquisa, as autoras, sentiram dificuldades em localizar arquivos de mulheres no *design* gráfico, o que por si só já revela alguns aspectos do pensamento social, como os problemas de gênero. Nesta edição é possível encontrar a descrição do percurso profissional das *designers* selecionadas, pequenas biografias, ensaios e conversas com as mais contemporâneas.

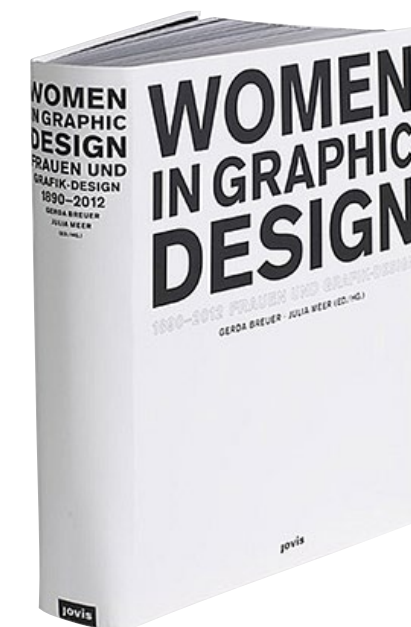


Figura 10
Livro "Women in graphic design 1890-2012" de Gerda Breuer e Julia Meer, 2012.
Fonte: Hall of Femmes

Fonte: <http://halloffemmes.com/tag/women-in-design/>

2.4 | Globalização e feminismo

A globalização é o nome atribuído ao maior processo de transformação social desde a revolução industrial. As novas sociedades globais originaram novos formatos de estratificação social e novas formas de relações sociais. A aceleração da produção tecnológica e artificial estão a modificar o conceito de cultura, pois as novas tecnologias contribuíram para uma mudança a nível de pensamento e a nível social, ou seja, estão a formar-se novos cenários sociais. Desta forma, a globalização originou novos formatos culturais que colaboram para que se pense numa nova política, desde a crise da “família patriarcal” e o surgimento de novos modelos familiares, à flexibilização do mercado de trabalho, até à luta pela igualdade (Rosa Cobo, 2005). A dimensão positiva deste fenómeno social começa pela possibilidade tecnológica para a população e a facilidade com que se pode comunicar entre pessoas, países e continentes, desenvolvendo um ambiente intercultural. Por outro lado, a mundialização e o neoliberalismo, que lhe está associada uniformiza as tradições e culturas através de “modas globais”. Esta uniformização, criada através do mercado global, está a provocar movimentos sociais e políticos mais reativos defendendo a sua identidade cultural. Podemos, contudo, imaginar que a cultura “global” pode existir ao lado de comunidades, identidades e gostos locais e tradicionais, incentivando uma multiplicidade de culturas e fornecendo possi-

bilidades de emergência de novas culturas (John Hartley, 2002: 98, 99). Mas nem todos partilham esta visão otimista, alguns teóricos culturais (Hall, 2006: 73) acreditam que a interdependência global está a romper todas as identidades culturais estáveis e como consequência origina a subdivisão do código cultural, levando a uma multiplicidade de estilos, numa escala global, um pós-moderno global. À medida que as culturas ficam mais expostas ao domínio externo, torna-se mais difícil a permanência intacta destas. A globalização impacta a forma de como é visto o futuro das identidades num mundo pós-moderno. Inicia-se um novo pensamento, na medida em que o global é pensado como uma nova articulação do local, em vez de ser um substituto deste. Segundo Ofelia Schutte (2008: 403), economistas feministas afirmam que os efeitos da globalização impactam de formas diferentes na vida das mulheres, dependendo da classe social, sendo as mais afetadas aquelas que estão numa classe desfavorecida, nos países em desenvolvimento.

Na cultura ocidental de cariz patriarcal, capitalista e supremacista branco, o pensamento neocolonial define o tom de muitas práticas culturais. Este tipo de ideia concentra-se em quem conquistou o território, quem possui propriedades e quem tem o direito de governar (Bell Hooks, 2000: 44, 45). Inicialmente, o feminismo era sinónimo de mulheres

brancas e de classe privilegiada, deixando em plano secundário as mulheres de classes sociais mais pobres e ainda as mulheres de outras etnias, nomeadamente mulheres de cor. Mesmo quando um grande número de ativistas feministas adotou uma perspectiva que englobava etnia, género, classe e nacionalidade, as “feministas de poder” relacionavam a igualdade das mulheres ao imperialismo. As mulheres dos EUA consideravam que tinham mais direitos do que qualquer grupo de mulheres no mundo, principalmente mulheres de países do terceiro mundo. Além disso, questões globais como a circuncisão feminina forçada, a ocultação de mulheres em África e no Médio Oriente, o assassinato de crianças do sexo feminino na China, continuam a ser preocupações relevantes. Nestes casos, o sexismo acontece de forma ainda mais violenta do que com mulheres de outros pontos do mundo.

As mulheres feministas ocidentais, ainda estão a combater para que o pensamento colonial desapareça das práticas feministas. Uma perspectiva descolonizada iria refletir sobre como as práticas sexistas são comuns globalmente (Bell Hooks, 2000: 46 e 47). É importante desativar os mecanismos de opressão. O feminismo define-se como um sujeito político coletivo que pretende igualar as oportunidades entre todos (Rosa Cobo, 2005). O feminismo como a rejeição de falsas fronteiras entre etnia, género e classe é

um desafio para o nacionalismo masculino. É um feminismo que engloba a diversidade individual, a liberdade e a igualdade. O esforço de muitas mulheres ao longo da história foi notório, tornando como o objetivo do feminismo global alcançar e unir as lutas globais para acabar com o sexismo e a opressão (Bell Hooks, 2000: 47).

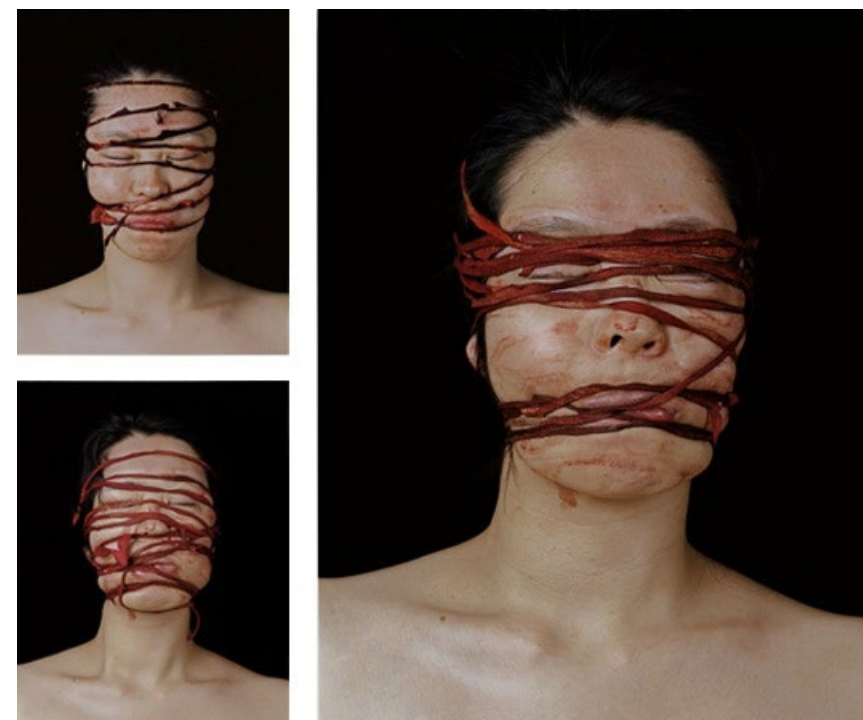


Figura 11
 “El peso de la culpa” de
 Tania Bruguera, 1997.
 Cuba.

Fonte: <https://www.artnews.com/gallery/art-in-america/aia-photos/tania-bruguera/2-7281/>

Figura 12
 “Bind” de Ryoko Suzuki, 2001.
 Japão.

Fonte: https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/global_feminisms



Na comemoração do trigésimo ano da exposição “Women Artists”³ no museu Brooklyn, em 2007, Nochlin e Maura Reilly organizaram uma exposição sobre mulheres artistas contemporâneas, desde 1990 até ao ano da exposição, mas desta vez reuniu cerca de oitenta artistas do sexo feminino de todo o mundo. Esta exposição foi intitulada de “Global Feminisms” e ao contrário da exposição anterior, apresentou vozes feministas de várias culturas, desafiando o discurso frequente da arte contemporânea que ainda assume o ocidente como o centro. A exposição reconhece o aumento da visibilidade e do reconhecimento do trabalho das mulheres artistas nos países ocidentais, ou seja, a maioria destes avanços foram concedidos a mulheres do “centro do mundo” e de um meio privilegiado. No entanto, a exposição possibilitou a exibição de artistas mulheres

de todo o mundo com o objetivo de nivelar essa visibilidade (figuras 11 e 12). Outro objetivo da exposição foi criar uma narrativa alternativa da arte, na qual se manifesta visualmente as identidades a nível político, económico, étnico, de género e sexual. Do mesmo modo, também foi possível observar as diferenças na vida das mulheres e os moldes do feminismo nas diversas partes do mundo. “Global Feminisms” foi organizada por temas e não por países demonstrando a interconexão e a diversidade das histórias, experiências e lutas das mulheres em todo o mundo. Além disso, o ano da exposição foi escolhido como ponto de partida e que corresponde ao momento histórico em que questões relacionadas com a raça, classe e género foram colocadas no centro da teoria e prática feministas.

3

A primeira grande exposição sobre o trabalho de mulheres artistas desde o Renascimento até à era moderna foi organizada por Linda Nochlin e Ann Sutherland Harris, em 1976. A exposição denominada de “Women Artists: 1550-1950” reuniu artistas da América do Norte e da Europa, apresentando como objetivo recuperar o trabalho de mulheres artistas que não foram reconhecidas como tal e viram o seu trabalho ser desvalorizado. Além disso, foi considerado um projeto feminista que desafiou os cânones masculinos da história de arte, como também a prática de exibição nos museus que apoiavam constantemente os homens.

Após a exposição, os museus que cederam as obras selecionadas, começaram-nas a expor com mais frequência, visto que, este evento deu origem a vários artigos e diálogos sobre a importância da produção artística feminina.

3

No feminino

3.1 | As vagas do feminismo

O feminismo pode ser entendido como um movimento político, cultural, social e económico, que tem como objetivo promover os direitos que defendam a igualdade entre homens e mulheres. Este movimento baseia-se em teorias e filosofias políticas e sociais, resultando da preocupação das diferenças de género, da luta pelos direitos e interesses das mulheres e pelo fim de todas as formas de violência (McAfee, 2018). Alves e Pitanguy (1985: 7, 8) defendem que o feminismo “ressurge num momento histórico em que outros movimentos de libertação (minorias étnicas, movimentos de pessoas negras, homossexuais) denunciam a existência de formas de opressão que não se limitam ao económico”. Estes movimentos não atuam isoladamente, dado que, as formas de discriminação são provenientes de todo o lado. O discurso feminista ao referir-se ao carácter, também “subjetivo da opressão”, divulga os laços presentes entre as relações interpessoais e a organização política pública. Este discurso defende que as relações interpessoais também têm elementos de poder e de hierarquia, como por exemplo: homem versus mulher; branco versus negro; heterossexual versus homossexual. O movimento feminista procurou superar as formas de organização tradicionais. O feminismo (Victoria Sau, 2000: 129 e 130), revelou-se fundamental para afirmar a entrada das mulheres na História. O feminismo surgiu para confrontar a sociedade patriarcal e veio reivindicar o lugar da mulher, o reconhecimento das possíveis diferenças entre os indivíduos do sexo feminino e do sexo masculino, a igualdade de direitos e dignidade humana: distribuição do poder de igual forma, sem ser hierarquizado.



Figura 13
Cartaz “We Can Do It!” de J. Howard Miller, 1942.
O artista produziu este cartaz de incentivo ao trabalho para a Westinghouse Electric & Manufacturing Company. Foi apenas exibido nas fábricas da Westinghouse e no ano seguinte o cartaz tornou-se num dos ícones mais famosos da Segunda Guerra Mundial.

Fonte: https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_538122

Figura 14
Fotografia “Mulheres marchando em Nova York na Greve das Mulheres pela Igualdade” de John Olson.

Fonte: <https://www.life.com/photographer/john-olson/>



Segundo Noëlle McAfee (2018), alguns escritores utilizam o conceito de feminismo quando se referem a um movimento político historicamente específico nos Estados Unidos e na Europa; enquanto que outras escritoras o enunciam como um conceito mais amplo quando pretendem referir-se à crença de que existem injustiças contra as mulheres. O termo feminismo, na segunda metade do século XIX, era usado para mencionar as “qualidades das mulheres”. No entanto, após a primeira conferência internacional da mulher, em Paris, no ano de 1872, começou a ser utilizado frequentemente em nome da defesa de direitos iguais, baseando-se na igualdade dos sexos. O movimento feminista, de acordo com Maggie Humm e Rebecca Walker, pode ser dividido historicamente em três fases ou, mais especificamente, em três ondas. A primeira onda, ocorrida entre os sé-

culos XIX e XX no Reino Unido e nos Estados Unidos, é caracterizada pela luta pela igualdade nos contratos e direitos de propriedade e mais tarde, também, pela luta pelo aumento do poder político para as mulheres, que resultou no direito de voto (Varella, 2020). Existiram dois momentos que foram fundamentais para o começo do feminismo, a revolução industrial e as duas guerras mundiais, já que com os homens a combater, as mulheres tiveram que desempenhar funções que anteriormente eram reservadas ao sexo masculino (Conceição Nogueira, 2001: 5). Nas décadas de 1960 até meados de 1980, decorre a segunda onda, em que se contestaram as desigualdades sociais, culturais e políticas. Esta vaga é o reflexo de um momento pós-guerra, na medida em que as mulheres voltaram a estar associadas às tarefas domésticas e aos cuidados das crianças, dado

que os homens regressaram aos seus postos de trabalhos (Conceição Nogueira, 2001: 5). Nesta época, foi quando o cartaz “we can do it!”, com “Rosie the riveter” (figura 13), que teve um grande reconhecimento e foi utilizado pelo movimento feminista. Este cartaz, apareceu pela primeira vez, numa fábrica, durante a segunda guerra mundial (History.com Editors, 2019). Mesmo assim, muitas mulheres continuaram a tentar ter os seus próprios trabalhos, e as muitas que ficaram viúvas depois da guerra necessitavam de ter o seu próprio sustento. Além da opressão a que as mulheres eram submetidas no lar, também na esfera do trabalho eram oprimidas, sendo que o ordenado das mulheres casadas era automaticamente um pertence do marido, muitas vezes perdiam o direito de controlar o seu próprio dinheiro, ficando de-

pendentes do homem (Conceição Nogueira, 2001: 6). A terceira onda iniciou-se nos anos 90 e começou por questionar se todas as mulheres beneficiavam do movimento feminista, tendo em vista, que até à segunda onda, as mais privilegiadas eram as mulheres brancas e com educação superior. O objetivo desta terceira vaga era a eliminação de qualquer tipo de discriminação, até então as preocupações das mulheres de cor, imigrantes, de minorias religiosas ou até com uma orientação sexual distinta da “norma” não faziam parte do foco principal do movimento (History.com Editors, 2019). Foi mais do que o reconhecimento do cruzamento de identidades: género, etnia, sexualidade e classe, pois não funcionam isoladamente, mas sim de forma interligada, independentemente da sua finalidade.

K. Mendes, J. Ringrose e J. Keller, autoras do livro *Digital Feminism Activism* (2019: 10 e 11), declaram que a política feminista tem crescido ativamente online, devido ao surgimento das tecnologias digitais, e a multiplicação de *blogs*, *e-zines*, vídeos e contas em diversos *media* digitais, permite considerar o surgimento de uma quarta onda do feminismo. Estas feministas contemporâneas participaram em projetos como o arquivamento digital de experiências de sexismo e de agressividade, onde convidam a comunidade a refletir sobre a cultura e a sociedade que nos rodeia. Há pensadoras feministas (Aura Lewis, 2020: 286), que acreditam que 2008 foi o início da existência da quarta onda do feminismo que permitiu que o movimento se tornasse global através da sua presença *online*. Também possibilitou que muitos temas que são deixados de lado ou considerados tabu fossem abordados publicamente. Esta quarta vaga evidencia a importância da relação que temos com o nosso corpo, mas não só para as mulheres, pois incluiu todos os gêneros e pessoas trans, mostrando que o feminismo não tem barreiras. Um exemplo desta quarta onda feminista pode encontrar-se numa campanha lançada em 2012, conhecida por *"Who needs feminism?"*, elaborada por dezasseis estudantes que frequentavam o curso "Mulheres na esfera pública" na Universidade de Duke. Devido ao facto de a turma não poder falar abertamente fora da aula sobre o feminismo, pois ninguém sabia o que esta palavra significava ou interpretavam mal o seu verdadeiro significado, surgiu a ideia para colocarem cartazes na sua universidade. Além disso, ainda utilizaram o *Tumblr* para criar um *micro blog* com o objetivo de problematizar as associações negativas relativamente à palavra feminismo. Desde a sua criação que

houve mais de cinco mil inscrições e mais de 60 universidades deram continuidade ao projeto (K. Mendes, J. Ringrose e J. Keller, 2019: 45). O *micro blog* permitiu que todas as pessoas pudessem submeter uma fotografia ou imagem como resposta à pergunta de quem precisa do feminismo, como na figura 15. A imagem pode ser simplesmente um cartaz com a opinião ou um desenho, pode recorrer ao artesanato através da costura e do tricô, evidenciando o ativismo social. A vantagem desta plataforma é que ao contrário de outros *media* sociais, aqui poderiam submeter de forma anónima os seus posts, visto não ser necessário criar um perfil pessoal para poder pertencer à rede.

Mais recentemente, surgiu a plataforma *School of Feminism*, criada por Patricia Luján, que se destaca pelo seu ativismo, com o intuito de integrar o feminismo na sociedade, a partir da educação e da comunicação. A plataforma engloba alguns projetos, entre os quais, *"Thank a Feminist"* criado para celebrar o dia 8 de março, Dia Internacional da Mulher, em forma de agradecimento a todas as feministas e pelas suas conquistas que mudaram a vida de muitas mulheres. Este projeto foi elaborado através de um conjunto de *posters*, por meio de uma linguagem simples e traduzida em vários idiomas. Nestes cartazes (figura 16) podemos ler mensagens como "Se você é mulher e pode ser você mesma, agradeça a uma feminista"; "Se você é mulher e pode denunciar assédio sexual, agradeça a uma feminista"; "Se você é mulher e pode mostrar ou não o corpo, agradeça a uma feminista". Além disso, todas as pessoas têm acesso a estes *posters*, de forma gratuita, através da sua plataforma na *internet*.

Figura 15 a

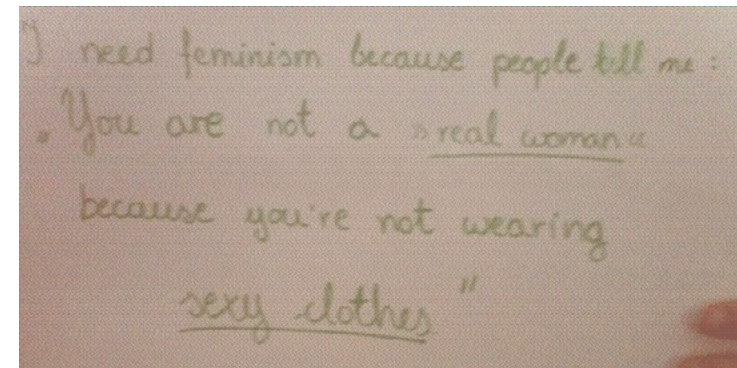


Figura 15 b

Figura 16 a



Figura 16 b



Figura 16 c

Figura 15 a, b, c
Fotografias partilhadas plataforma
Tumblr "who needs feminism?".

Fonte: <https://whoneedsfeminism.tumblr.com/>

Figura 16 a, b, c
Cartazes do projeto "Thank a feminist"
da *School of feminism*, 2019.

Fonte: <https://www.schooloffeminism.org/thankafeminist-portugues>

3.2 | Sexo e Género: identidade

As categorias conceituais de sexo e género baseavam-se na ideia de que os entendimentos biológicos e sociais poderiam ser separados e utilizados de forma universal. Sendo assim, o sexo foi exposto como algo natural e o género como uma construção social do natural. O termo “sexo” serviu de base para a ideia de género atuar como uma estrutura (O. Oyèwùmí, 2008: 163). As autoras do livro *The Feminist Philosophy Reader* (2008), afirmam que as descrições biológicas são carregadas de influências culturais e de normas culturais de género, assim como Judith Butler (2008: 98), declara que as teorias fenomenológicas do modelo humano também se preocupavam em distinguir entre a fisiologia e a biologia, que estruturam a existência corporal e o significado que incorpora a sua existência no contexto da experiência vivida. Butler expõe o argumento de Merleau-Ponty, no qual sustenta que o corpo não é somente uma ideia histórica, mas um conjunto de possibilidades a serem continuamente realizadas. Ao afirmar que o corpo é uma ideia histórica, o autor, quer dizer que este ganha significado por meio de uma expressão concreta e historicamente mediada no mundo. O corpo é um conjunto de possibilidades, uma vez que, a sua aparência no mundo, para a compreensão, não é predeterminada por algum tipo de essência interior; essa expressão concreta no mundo deve ser entendida como a aceitação e a contribuição específica de um conjunto de possibilidades históricas.

O binómio entre mulher e homem, apesar de ser o que sempre foi estudado, transmite uma idealização, que exclui outras identidades. Alves e Pitanguy (1985: 55) apoiam que a ideia de masculino e feminino são conceções culturais que influenciam o comportamento socialmente e estas ideologias limitam os sexos de acordo com as funções sociais de cada um, ou seja, aprendemos a aceitar as relações de poder entre os sexos como algo natural. Segundo o artigo de Ann Cahill (2008: 810), em *The Feminist Philosophy Reader*, podemos verificar que para



Figura 17
Ilustração de Joana Rosa Bragança para a exposição #GenderBender na Ó! Galeria, 2017.

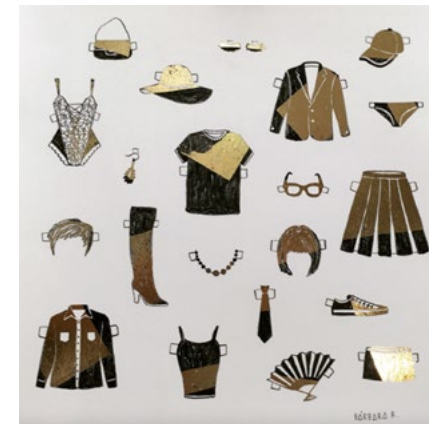


Figura 18
Ilustração de Bárbara R. para a exposição #GenderBender na Ó! Galeria, 2017.



Fonte: <https://www.publico.pt/2017/08/25/p3/fotogaleria/ilustrar-para-diluir-as-fronteiras-entre-os-generos-386581#&gid=1&pid=2>

Foucault a sexualidade não pode ser compreendida através de um conjunto inocente e subjacente de desejos, dinâmicas e práticas que diversas construções de poder tentam suprimir. De outro modo, a sexualidade é originada como uma situação inserida numa rede de poder em si. Assim, a sexualidade do corpo é um elemento fulcral na elaboração e na fragilidade ao poder discursivo. Na visão de Butler (2008: 100, 101), a ideia de género podia ser reconstruída como consequência de atos consolidados, em vez de factos predeterminados sejam naturais, culturais ou linguísticos. A autora sugere que o corpo necessita de repensar o seu género a partir de alguns atos que são verificados e consistentes ao longo do tempo. Butler coloca uma suposição, caso se o género é mesmo a representação da cultura, definido por diversas ações e pelo entendimento cul-

tural, então não é possível reconhecer sexo e género nos termos da cultura. Porém a reprodução da identidade de género acontece através de várias formas nas quais os corpos são trabalhados de acordo com expectativas sólidas da existência de género.

Em 2017, a Ó! Galeria elaborou uma exposição sobre a questão de género, com a colaboração de 28 artistas. Nas figuras 17, 18 e 19 podemos observar trabalhos presentes nesta exposição. Foi uma forma de celebrar a diversidade das escolhas que fogem à norma estipulada pela sociedade. A exposição teve como principal objetivo quebrar estereótipos em relação ao género e ao que nos diferencia. A celebração da liberdade, de cada um poder ser o que realmente quer, sem ter de corresponder ou seguir os moldes que as outras pessoas esperam.

3.3 | Representação do feminino

De acordo com a linha condutora desta pesquisa, os subtemas a explorar são sobre a libertação do corpo feminino, no sentido de compreender a evolução do poder que as mulheres foram adquirindo em relação ao seu próprio corpo, relativamente à maternidade, à liberalização do aborto e ao poder de escolha sobre os métodos contraceptivos, os padrões de beleza incorporados na nossa sociedade, que atuam como uma regra a seguir. O segundo ponto a desenvolver está relacionado com o assédio, que é o porta voz da opressão e do sexismo, está interligado com o último tema, o racismo. Neste sentido, o sexismo e o racismo atuam em conjunto, apesar deste último dirigir-se a um grupo étnico mais específico, mas não menos importante. Os temas serão enquadrados com projetos artísticos e plataformas *online* que contribuíram para uma melhor reflexão e que se destacam pelo seu ativismo na sociedade.

3.3.1 | Libertação do corpo

O corpo é interpretado pela visão (O. Oyèwùmí, 2008: 163), quando observamos as pessoas que nos rodeiam, o nosso cérebro faz distinções a partir da cor de pele ou do sexo. O corpo é a base da construção de ordem social, na medida em que está sempre visível. Quando olhamos, automaticamente utilizamos o “olhar histórico”, isto é, como já temos convenções formadas historicamente, temos tendência para fazer distinções de género. Em diferentes épocas históricas, as mulheres e pessoas de etnias diferentes (por exemplo africanos ou judeus) eram considerados o “Outro”, pois eram classificados apenas pelo seu corpo, como se a “falta de corpo” fosse uma pré-condição do pensamento racional, ou seja, os homens eram considerados apenas pela mente, algo estimado como superior ao corpo. Kathleen Lennon (2019) em *Feminist Perspectives on the Body*, examina que inicialmente o corpo era considerado um objeto biológico surgindo a oposição binária entre corpo e mente, no qual o primeiro era associado à mulher e o segundo ao homem. Nas sociedades patriarcais a mulher é associada à sua existência corporal levantando dúvidas sobre a sua racionalidade, ou seja, interligam o corpo à subjetividade. As mulheres de classe média, durante o século XIX, viviam num contexto em que os seus corpos eram interpretados como “mercadorias” com o objetivo de conseguir alcançar o casamento, para obter meios ma-

teriais para viver. Posteriormente à primeira guerra mundial e à permissão de sufrágio em muitos países, as mulheres continuaram a protestar para que existisse igualdade sexual e liberdade de poder de escolha relativamente aos seus próprios corpos. As mulheres conseguiram ir adquirindo poder de escolha em relação ao seu corpo mesmo em sociedades governadas por homens. Em relação à maternidade (Victoria Sau, 2000: 183), esta era caracterizada como um processo em que as mulheres eram obrigadas a assumir com naturalidade, devido ao fato de ser um processo considerado biológico. Se era biológico, a função da mulher era submeter-se a este processo sem questionar, mesmo que não fosse aquilo que esta desejasse. Por conseguinte, como as mulheres tinham o dever de serem mães, então afastavam-nas das hipóteses que poderiam surgir em cargos de maior relevância, apoiando a ideia de que não teriam tempo para o trabalho e para o papel de mãe em simultâneo.⁴

4

É possível assistir no documentário “*Feminists: what were they thinking*” (2018) o testemunho de Phyllis Chestler que revela que ficou grávida enquanto trabalhava como professora e pediu para trocar os horários das aulas, a resposta do diretor da escola foi que ela tinha de escolher: ser professora ou ser mãe. (figura 20)



Figura 20
Phyllis Chestler em "Feminists: what were they thinking" (2018).

Fonte: Captura de ecrã

Na observação da sociedade patriarcal percebe-se que a função imposta à mulher é de reproduzir, é considerado uma obrigação da natureza e da cultura. A maternidade é desvalorizada e a mulher não tinha permissão para decidir sobre a possibilidade de ser mãe, ou seja, é o homem que toma a decisão final (Victoria Sau, 2000: 185). O direito ao poder de escolha das mulheres sobre a maternidade implica refletir sobre a possibilidade de fazer ou não um aborto, que é apenas um aspeto da liberdade reprodutiva. Se as mulheres não têm o direito de escolher o que acontece com os seus corpos, correm o risco de renunciar os direitos em outras áreas das suas vidas (Bell Hooks, 2000: 29).

O aborto é considerado uma agressão para o corpo e para a mente, porém continuar com uma gravidez não desejada torna-se

ainda mais prejudicial. O movimento feminista auxiliou nesta luta sobre a legalização do aborto, referindo que cada mulher tem direitos sobre o seu próprio corpo, sobre a sexualidade e sobre a maternidade, tendo direito à contraceção (Victoria Sau, 2000: 11 e 14). Em 1989, Barbara Kruger elaborou um poster, para a Marcha das Mulheres em Washington DC, com o rosto de uma mulher dividido a meio, entre reproduções fotográficas em negativo e positivo, com a frase "o teu corpo é um campo de batalha" sobreposta à imagem (figura 21). Em 2020, este poster voltou a sair à rua, na Polónia, para o protesto sobre o aborto.

Relativamente aos métodos contraceptivos, por exemplo a pílula, só começaram a estar acessíveis a todas as mulheres no século XX, quando a "ciência masculina" assim o per-



Figura 21
Cartaz "Your body is a battleground" de Barbara Kruger, 1989.

Fonte: <https://www.thebroad.org/art/barbara-kruger/untitled-your-body-battleground>

mitiu e com a autorização do governo de cada país. A religião foi também uma barreira para o avanço destes métodos, pois não era a favor da sua utilização. O objetivo era tornar o uso dos métodos contraceptivos de forma liberal para as mulheres, possuindo o poder de escolha sem ser discriminada ou penalizada (Victoria Sau, 2000: 49). O feminismo focou-se nos direitos reprodutivos da mulher com o objetivo de proteger e sustentar a liberdade feminina (Bell Hooks, 2000: 30).

O corpo, segundo Butler (2008: 100, 101), é uma personificação de possibilidades condicionadas e restringidas pelas convenções históricas. Ser mulher é obrigar o corpo a se conformar com uma ideia histórica da mulher; é conduzir o corpo a se tornar num sinal cultural e a materializar-se em obediência a

uma possibilidade historicamente determinada. A autora complementa com o fundamento de Beauvoir, na qual sustenta que o corpo suporta uma certa construção cultural, não apenas através de convenções que proibem como alguém age ou o desempenho que o seu corpo tem, mas também pelos padrões que estruturam a forma como o corpo é culturalmente entendido. Também Jennifer Hansen (2018) refere que o papel que o corpo desempenha na compreensão do mundo em que vivemos, depende das críticas estruturais e sociais que moldam, limitam ou libertam o nosso corpo. Consequentemente o corpo não é um simples instrumento que serve para realizar os desejos da pura consciência. O corpo não é um receptor passivo, mas sim determinante e interpretativo de qualquer situação, incluindo a linguagem corporal subtil de outras pessoas.



Figura 22
Ilustração de Kot Bonkers sobre liberdade de escolha. A ilustradora não se identifica com nenhum grupo político.

Fonte: <https://www.designindaba.com/articles/creative-work/avoid-projecting-kot-bonkers-neither-political-nor-feminist-artist>

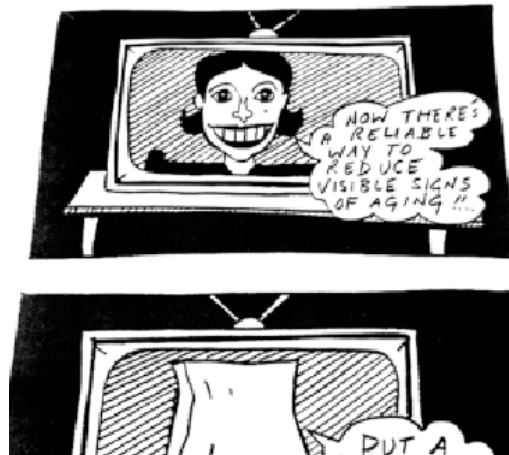


Figura 23
Cartoon "Reduce Ageing" de Barbary O'Brien, 1993.

Fonte: UK Feminist cartoons and comics

Cahill (2008: 810) duvida que mesmo dentro dos limites de uma cultura e de um momento histórico em particular, exista um ideal de estética do corpo feminino, assim como "o ideal" está sucessivamente em mudança. As mulheres são constantemente persuadidas para serem magras, mas com músculos; para serem elegantes, mas bondosas; para estarem em forma, mas não se tornarem demasiado fortes. As ideologias de comportamento e de aparência femininas variam bastante entre classes e etnias. O conceito de beleza, do ponto de vista de Naomi Wolf (1992: 14, 15), atuou de forma objetiva e universal, ou seja, as mulheres deviam querer possuí-la, tal como os homens deviam desejar as mulheres que contivessem essa beleza. Desta forma, a ideia de beleza veio das "instituições masculinas e do poder institu-

cional dos homens". Sandra Bartky (1998: 28) afirma que existe uma obsessão em possuir um corpo perfeito, devido ao facto de estarmos rodeados de imagens através da publicidade. Esta necessidade criada sobre o corpo varia de acordo com as pessoas que rodeiam uma mulher, com a sua autoestima e com a capacidade de se sustentar independentemente da sua aparência física. As mulheres "devem parecer bonitas e atraentes" para responder a um bem maior, pelo bem da beleza. A mulher deve domesticar o seu corpo para atingir um certo tamanho e formato: "a pele de uma mulher deve ser macia, flexível, sem pelos e suave (figura 22); idealmente, não deve revelar sinais de desgaste, experiência, idade (figura 23) ou pensamento profundo." (Bartky, 1998: 31). Além disso, a indústria de cosméticos (Bar-



Figura 24
"Let's take back our space" de Marianne Wex, 1979.

Fonte: <https://davidcampany.com/marianne-wex-lets-take-back-our-space/>

tky, 1998: 32) utiliza discursos que tentam normalizar situações que garantem a beleza máxima de uma mulher, os cuidados a ter com a pele, os cabelos, e ainda sobre a maquilhagem, conteúdos bastante presentes nas revistas de moda, são retratados como uma atividade estética, onde a mulher pode expressar a sua individualidade. A maquilhagem muitas vezes é um requisito para que a mulher consiga uma vaga num determinado emprego. A autora (1998: 29 e 30) afirma que as mulheres ficam demasiado focadas para alcançar o padrão de beleza feminina que acabam por influenciar a sua gestão do comportamento corporal e Marianne Wex ajuda-nos a compreender acerca destas diferenças de comportamento com o corpo, através do seu trabalho fotográfico *Let's take back our space* (1979), que podemos obser-

var na figura 24. Nas suas fotografias podemos observar mulheres sentadas, na estação de comboio, com os braços próximos do corpo, as pernas permanecem juntas e os dedos dos pés apontados para a frente ou direcionados para dentro. Estas tornam-se inofensivas e ocupam pouco espaço, enquanto que os homens têm tendência a ocuparem o espaço disponível, a sentarem-se com as pernas afastadas e os braços descaídos e distanciados do corpo, ocupando mais espaço. As mulheres também têm mais tendência a sorrir e os homens têm mais propensão ao toque nas mulheres.

3.3.2 | Assédio, opressão e sexismo

O assédio designa todos os comportamentos indesejados, discriminatórios ou de carácter sexual, quer sejam físicos, verbais ou não verbais, contra a vontade de uma pessoa (Carme Alemany, 2009: 26). O assédio é considerado um abuso de poder, isto é, alguém aproveita o seu posicionamento para fazer pressão ou dominar outra pessoa contra a sua vontade, acabando por oprimir esta última, como podemos observar nas ilustrações da figura 25 e 26.

Conforme a introdução do capítulo Oppression and Resistance do livro *The Feminist Philosophy Reader*, o feminismo luta contra a opressão feminina, questionando os padrões criados e associados à diferença sexual, aos estatutos sociais. Assim, as feministas basearam-se em teorias políticas tradicionais, em análises de opressão de classe, teorias de etnia e racismo, formação de identidade e sexualidade. Embora, o sexismo seja quase universal, na medida em que causa danos humanos, o feminismo pretende analisá-lo de forma a incidir no que a opressão simboliza e como funciona, numa tentativa de ser superada.

Marilyn Frye (2008: 41) afirma que ser mulher é um fator determinante para que esta não possa ter um emprego melhor do que o seu estatuto social; torna-se num possível alvo para agressão ou assédio sexual. A identidade feminina, independentemente da etnia ou da classe social, condiciona as oportunidades que estas possam alcançar ou até mesmo de ficarem privadas de certas decisões. Sandra Lee Bartky (2008: 54) explicita que a opressão não é meramente a nível económico ou político, também se pode manifestar psicologicamente; não é apenas privação física, desigualdade ou exploração económica. Apesar da opressão económica e política serem já formas de opressão



Figura 25
Ilustração de Anna Grimal para a capa do livro “El grito y la mordaza” de Carmen Alcade, 2018.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bf5hWigX-q/>



Figura 26
Ilustração de Tyler Hoehne sobre feminismo.

Fonte: <https://tylerhoehne.com/illustrationsz>

psicológica, existem aspetos que são diretamente ligados a esta, tal como, estereótipos, dominação cultural e objetificação sexual. Pode entender-se como objetificação sexual, o modo como os órgãos sexuais de uma pessoa são isolados do resto da sua personalidade e são reduzidas a um pensamento meramente instrumental. A objetificação acontece contra a vontade da outra pessoa, fazendo-a sentir-se constrangida, humilhada e perturbada. É um ato abusivo manter o domínio sob outra pessoa desta forma.

Os estereótipos que sustentam o sexismo revelam-se semelhantes aos que suportam o racismo. Deste modo, as mulheres brancas são vistas como incapazes e demasiado frágeis, mas não é muito relevante, pois

são “caraterísticas verdadeiramente femininas”. Enquanto que as mulheres negras são consideradas exóticas, de “sangue quente” e verdadeiramente capazes, na medida em que podem ter tanta força como os homens negros; revelando-se “menos femininas”. A ideia de sexismo (C. Nogueira, 2001: 17) foi reconhecida pela psicologia feminista, com o foco nas experiências vivenciadas pelas mulheres e pela análise dos efeitos da dominação masculina no seu progresso pessoal e na sua relação social. O sexismo (Victoria Sau, 2000: 257) parte dos métodos do sistema patriarcal que sustenta situações de inferioridade e de exploração do sexo feminino, tal como a repressão da sexualidade feminina, assim como a divisão do trabalho e a distinção dos salários entre homens



Fonte: Captura de ecrã em <https://www.youtube.com/watch?v=bIXGfPvWn0A>

Figura 27

Frame do vídeo "10 hours of walking in NYC as a woman", 2014. O vídeo foi produzido por Rob Bliss e com a participação da atriz Shoshana Roberts para o projeto *Hollaback!*. A atriz vestia calças de ganga e uma t-shirt básica preta, para desmistificar a ideia de que as mulheres só são assediadas quando vestem roupas reveladoras.

e mulheres. A separação dos sexos nas escolas também contribuiu para a origem do sexismo, na medida em que se ensinavam as meninas a coser e a rezar e aos meninos eram ensinados as letras e os números. Além disso, a linguagem popular e cultural reflete influências da prática do sexismo, como por exemplo os provérbios, as piadas ou até as simples alcunhas. Elizabeth Spelman (2008: 266), enumera alguns pontos que caracterizam o sexismo, dado que, é a primeira forma de opressão que aprendemos quando somos crianças; todas as mulheres são oprimidas pelo sexismo e algumas mulheres são ainda mais oprimidas pelo racismo. O sexismo e o racismo estão profundamente entrelaçados e não surgem como camadas distintas. Pode haver sexismo sem racismo, mas não racismo sem sexismo: quaisquer mudanças sociais e políticas que erradiquem o sexismo erradicarão o racismo, mas mudanças sociais e políticas que erradicarão o racismo não erradicarão o sexismo.

Nos últimos anos, algumas feministas usaram as tecnologias digitais para facilitar o apelo da denúncia do assédio e do sexismo. Ao pensar em estratégias utilizadas para expor estes acontecimentos, na maioria das vezes eram utilizadas técnicas retóricas, tal como perguntas sobre o quão justa e igual é realmente a nossa sociedade. (K. Mendes, J. Ringrose e J. Keller, 2019: 62) Surgiram projetos tal como *Hollaback!* ou *The everyday sexism project*. O primeiro projeto surge em 2005, e consiste numa organização sem fins lucrativos que procura acabar com o assédio nas ruas e ainda desenvolve estratégias inovadoras para garantir a igualdade em espaços públicos. O site *Hollaback!* permite a partilha de histórias, o poder de localizar onde aconteceu o assédio através de um aplicativo semelhante ao GPS, também é possível carregar fotos de quem assediou ou do local onde ocorreu. A plataforma funciona para educar o público sobre o assédio das ruas, divulgar a pesquisa e promover as

diversas iniciativas da organização. No entanto, também inclui a plataforma *HeartMob* onde é possível a intervenção do espectador, visto que na maioria das vezes estas formas de violência acontecem quando ninguém está presente. Assim, é possível auxiliar através da internet, quando o assédio acontece online, ou seja, a pessoa assediada pede ajuda pela plataforma e recebe no momento o suporte necessário. A organização *Hollaback!* em colaboração com a L'Oreal criaram o movimento *Stand Up* (2020), contra o assédio sexual em locais públicos, na qual, a APAV também se uniu ao movimento para o desenvolver em Portugal. Foi uma iniciativa global para alertar, informar e dar ferramentas às mulheres para que possam defenderem-se em situações de assédio sexual.

O segundo projeto *The everyday sexism project* foi apresentado por Laura Bates, numa palestra no *TEDx Convent Garden* em 2013, no qual aborda o sexismo na nossa sociedade. Este projeto expandiu-se para 25 países, onde todas as mulheres e homens podem enviar o seu testemunho sobre situações que tenham vivido ou presenciado. *The everyday sexism* conta com mais de 100.000 experiências de diferenças de género e abrange pessoas de todas as idades, etnias, orientações sexuais, com e sem deficiência, empregadas e desempregadas. A ideia para o projeto, deveu-se ao facto de, em apenas uma semana, Bates ter sido vítima de três episódios de assédio em diferentes situações. Esta começou a pensar se só acontecia com ela ou se ocorria com mais mulheres. Assim, resolveu perguntar a todas as mulheres que conhecia e todas responderam que recentemente tinham passado por situações semelhantes,

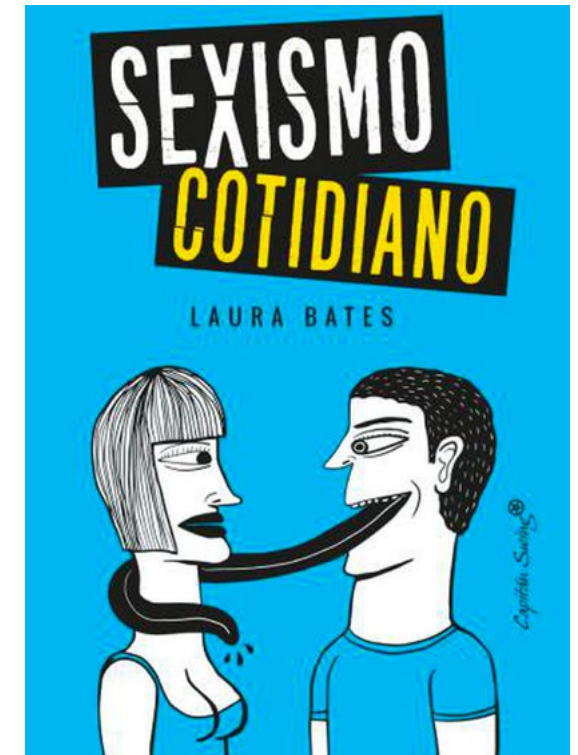


Figura 28

Capa do livro "Sexismo Cotidiano" de Laura Bates, 2017.

Fonte: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/30/estilo/1514655163_405027.html

mas nenhuma tinha contado a outra pessoa o que lhe tinha acontecido porque pensavam que estes casos eram normais. Bates afirma que precisamos de uma mudança cultural e social nas nossas atitudes em relação às mulheres e à violência contra elas. Todavia, todos podemos pertencer à solução deste problema.

3.3.3 | Diversidade cultural

O reconhecimento da realidade das diversas etnias e do racismo⁵ foi uma intervenção fundamental no feminismo, na medida em que o estatuto das mulheres brancas era considerado diferente do das mulheres de cor (Bell Hooks, 2000: 55). O gênero e a ideia de “raça” estavam a ser geridos em duas caixas diferentes, ou seja, o gênero, colocado em primeiro plano, significava que as mulheres brancas podiam ocupar o “centro do palco”. Desta forma, ao romper com a negação sobre as etnias, as mulheres conseguiram enfrentar a realidade da diferença em todos os níveis. Assim, o feminismo passou a ser um movimento que recusando a perspectiva de branquitude⁶, colocando todas no mesmo nível (Bell Hooks, 2000: 56). No entanto, o maior problema tem sido em traduzir a teoria para a prática do quotidiano, na medida em que a grande maioria ainda socializa apenas com pessoas do mesmo grupo. O racismo é uma combinação de poder e de preconceito, também é uma ideia que está enraizada na história europeia e do colonialismo. O conceito de etnia está na sua base, ou seja, os preconceitos relacionados com a etnia de forma biológica ou cultural constituem o racismo desde o início (WCC Harare Assembly, 1998: 4).

Abby Ferber (1999: 213-223), recorreu ao trabalho de Suzanne Harper para uma análise, a partir do ponto de vista do feminismo, para compreender as ligações de etnia e de gênero em representações de homens e mulheres brancos, negros e judeus face ao discurso da supremacia branca contemporânea. Ferber interpretou a ideia de supremacia branca como uma construção da etnia e não como descritiva desta. Como a conceção de etnia e gênero são construções sociais, estes não podem ser pensados individualmente, na medida em que se complementam com outras categorias de identidade. As feministas negras criticaram as teorias que separavam estes dois conceitos, visto que as experiências das mulheres brancas



Figura 29
Ilustração de Marie Boiseau, 2020.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B9SBSedom2h/>

apresentavam significados de gênero diferentes dos de etnia. Estas realçaram a necessidade de juntá-los para podermos entender a vida das mulheres negras, visto que a diferença de gênero é um ponto fundamental para a diferença racial. Além do grau de diferença do gênero em cada etnia, a ideia de que a mulher branca representa o ideal de beleza feminina é generalizada e não pode ser um fator naturalizado na sociedade. Já a invisibilidade das mulheres negras (Whisnant, 2017) não foi apenas escrita na lei, mas foi também reforçada por uma ideologia racial que as definiu como lascivas e promíscuas por natureza. Essa mesma ideologia racial originou estereótipos em relação aos homens negros como excessivamente atraentes e, portanto, sexualmente perigosos, principalmente para as mulheres brancas. Tornar o privilégio

5

O racismo constitui crenças que apoiam a distribuição desigual de poder entre grupos de etnias distintas. Além disso, é sinónimo de exclusão, submissão, inferiorização, exploração e repressão. Atualmente, podemos compreender que as “raças” são uma construção social e que apenas existe uma raça: a raça humana. (WCC Harare Assembly, 1998: 4) A etnia pode ser entendida na cultura através de um grupo de idiomas, religião, hábitos e costumes, um estilo dominante de comportamento, vestuário, literatura, música e arte. (Abby Ferber, 1999: 213) Historicamente, também surgiu a supremacia branca, ideia de que as pessoas brancas são superiores às outras etnias, no qual visava atribuir o poder e os privilégios aos brancos. (WCC Harare Assembly, 1998: 4)

6

Termo utilizado pela socióloga Robin Diangelo no seu livro *Fragilidade Branca*, no qual assume o privilégio de ser branco e aborda a forma como o racismo é tratado nas instituições e em contexto social. <https://www.publico.pt/2021/01/07/culturaipsilon/noticia/desconstruir-branquitude-1945010>



Figura 30
Ilustração de Marie Boiseau, 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bz1ROKtiutv/>

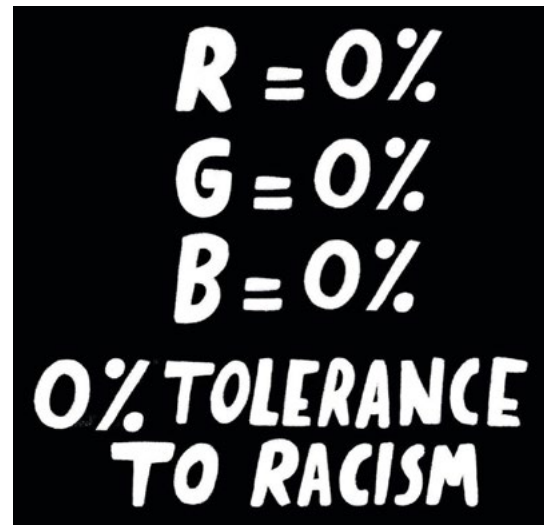


Figura 31
Ilustração de Cachetejack, 2020.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CBDL40oH-WR/>

visível para os brancos levanta questões importantes sobre as contribuições políticas que os sujeitos privilegiados podem fazer nas discussões de opressão e resistência (Bailey e Cuomo, 2008: 263). Assim, de acordo com o artigo de Amy Allen (2016) e o de Arica Coleman (2019), durante a década de 1970, ativistas feministas negras desenvolveram estruturas teóricas para servir de modelo para outras mulheres de cor, no sentido de alargar o significado e o alcance do movimento feminista. A teoria que interliga e define a vida das mulheres ficou conhecida pela interseccionalidade, um termo utilizado pela professora Kimberlé Crenshaw, com o objetivo de esclarecer que as mulheres de cor são marginalizadas por discursos criados para responder apenas

a uma questão de identidade, em vez de ambas. Consequentemente, uma estrutura de eixo único distorce as experiências das mulheres negras, que simultaneamente são sujeitas a diversas formas e intersectoriais de subordinação. No artigo de Coleman (2019), exemplifica que a experiência de uma mulher afro-americana LGBTQIA+ é diferente da experiência de uma mulher branca heterossexual, mesmo que sejam da classe social trabalhadora. Estas mulheres passam por níveis diferentes de discriminação, a primeira experiência homofobia e racismo, já a segunda reflete a distinção de gênero ou de classe, visto que a cor branca irá sempre elevá-la a um certo estatuto. O objetivo das teorias interseccionais tem como base o desenvolvimento de uma

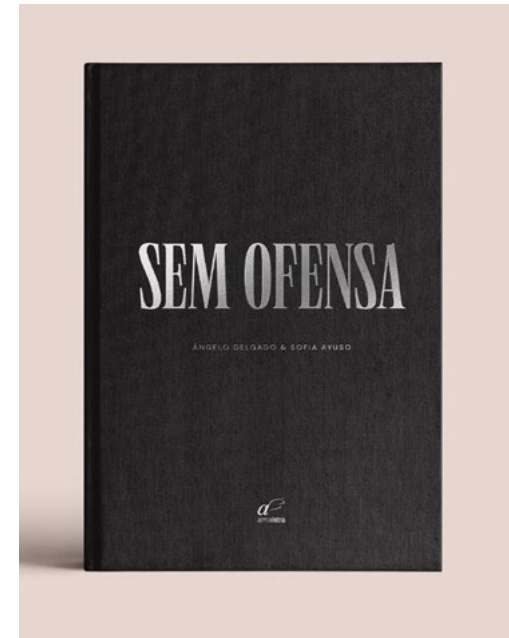


Figura 32
Capa do livro "Sem Ofensa" de Ângelo Delgado e Sofia Ayuso, 2020.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CHc8m6fHIMs/>

estrutura única para analisar o poder que engloba o racismo, o sexismo, a opressão de classe, o heterossexismo e outras formas de discriminação.

O racismo representa o poder exercido por uma determinada etnia sobre outra e, por vezes, revela-se em situações semelhantes ao sexismo. Desta forma, as minorias étnicas costumam abster-se de registar queixas, visto que sentem que não serão consideradas e têm dúvidas sobre os resultados a obter. Em *Everyday Racism* (Philomena Essed, 2008: 448, 449) podemos verificar que estudos já realizados têm demonstrado que os testemunhos podem fornecer informações importantes e detalhadas sobre estes episódios e ajudam a compreender como é que estas injustiças acontecem. Quanto

mais partilharmos histórias de origem racista, maior será a sensibilidade das pessoas por reconhecerem estas violências como racismo.

O livro "Sem Ofensa" (2020) de Ângelo Delgado (texto) e Sofia Ayuso (ilustração) tem como objetivo a desconstrução do discurso racista em Portugal procurando mudar mentalidades. "Até tenho amigos que são", "dou-me bem com todos eles", "nem parece que és africano", são expressões que propagam preconceitos, ecoando o passado colonial do nosso país, mas que ao mesmo tempo parecem inofensivas por quem as utiliza. Este livro convida a refletir sobre os efeitos que a utilização de linguagem preconceituosa causa nos seus alvos, através da escrita e da ilustração que recorrem ao humor e à ironia.

4

Uma cultura de imagens

4.1 | Imagem nos *mass media* e feminismo

O que podemos entender como imagem mediática?

Uma imagem pode ser entendida como uma visão recriada ou reproduzida, uma aparência que foi isolada do local e tempo (John Berger, 2006: 13 e 14), incorpora um modo de ver e a nossa percepção dessa imagem depende da nossa forma de olhar, de como a interpretamos. Assim como, Santos Zunzunegui (1994: 22) argumenta, uma imagem é o suporte da comunicação visual, na qual materializa um pedaço do mundo real, permitindo prolongar a sua existência num espaço de tempo. A ideia de materialidade está retratada pela criação da imagem (aspecto fabricado pela imagem) e pela sua independência através dos temas e dos objetos representados, que permitem a existência de uma história de imagens. Inicialmente, o objetivo das imagens era de evocar a aparência de algo ausente, mostrava como algo ou alguém tinha sido visto por outras pessoas (John Berger, 2006: 14), ou seja, toma como empréstimo alguns traços do visual (Martine Joly, 2007: 13). Victorino Zecchetto (2002: 161) defende que todos fomos adquirindo uma compreensão natural sobre as imagens, para o autor, compreender uma imagem é diferente de explicá-la, isto é, podemos perceber uma imagem através da recolha do seu significado figurativo em conjunto com o contexto da nossa realidade cultural. A compreensão é uma síntese essencial que está relacionada com a pessoa que interpreta a imagem, sendo que ao mesmo tempo, a pessoa tem uma experiência visual, dessa imagem, através do olhar. Por outro lado, explicar uma imagem é um processo baseado num conhecimento analítico. Compreender e explicar uma imagem são fenómenos que não se anulam, mas representam de forma distinta processos para nos “aproximarmos” de uma imagem.

Estes fenômenos podem complementar-se ou serem o oposto, como se constatou na história da arte e da fotografia que a compreensão por intuição chegou a ser utilizada como resposta dada por especialistas.

Para Martine Joly (2007: 14) é essencial distinguir as diversas utilizações da palavra imagem. Em primeiro lugar, é necessário esclarecer que imagem contemporânea não apresenta o mesmo significado que imagem mediática, ou seja, esta última está presente na nossa vida cotidiana e revela-se invasora, na medida em que está difundida nos media em forma de publicidade, na televisão, em jornais, revistas, cartazes. A imagem mediatizada (Victorino Zecchetto, 2002: 162) é criada através de meios técnicos, tal como a pintura, a fotografia e o vídeo, onde a realidade é representada de forma indireta e repleta de signos. As imagens são criadas e difundidas com um propósito específico no nosso quotidiano. É possível considerá-las como texto ou discursos sociais em circulação. Santos Zunzunegui (1994: 22) e Victorino Zecchetto (2002: 178) revelam que atualmente existe um grande consumo de imagens com vários significados em revistas, publicidade, televisão e *internet*, revelando-se um componente essencial nos *mass media*, sendo praticamente impensável alguma prática social sem imagens.

Qual a relação entre imagem mediática e a representação da mulher?

Ainda hoje, as mulheres continuam a aparecer em maior número em qualquer tipo

de ecrã, mas continuam a existir problemas relacionados com a objetificação dessa presença e com a falta de diversidade cultural, classe e idade. Em qualquer área ao nosso redor existem sinais de injustiça e de esperança em simultâneo. Nos media sociais é possível ver misoginia, racismo e homofobia e ao mesmo tempo ver um espaço progressista, de ativismo e de resistência (Rosalind Gill, 2017: 140). As imagens mediáticas, dentro da sociedade, criam imaginários coletivos, isto é, em todas as representações associamo-las a um valor real, pois convidam a interligar referentes conhecidos e concretos, despertando múltiplos significados e conotações (Zecchetto, 2002: 162). As imagens que visualizamos numa revista são pensadas para transmitir uma determinada mensagem, é escolhida uma ideia que se pretende destacar na capa, tal como as pessoas que irão aparecer e terão a oportunidade de comunicar uma mensagem. Os meios de comunicação configuram a visão que se tem do mundo a partir de uma posição androcentrica, veiculando a conceção que o mundo se define como masculino e ao homem é atribuído a representação da humanidade (Nuria Varela, 2008).

No panorama da imprensa relacionada com a mulher é possível encontrar publicações como, por exemplo, a revista *Ms.*, marcada por diversas capas, como na figura 33, que apresenta com base nos valores e ideias que defende em relação ao feminismo. A revista surgiu num momento em que o movimento feminista estava menos presente nos *media* tradicionais e a maioria das revistas dirigidas às mulheres apenas abordavam temas “tipicamente femininos”, tais como: encontrar



Figura 33 a
Capa da revista *Ms.* de 1972.



Figura 33 b
Capa da revista *Ms.* de 1978.



Figura 33 c
Capa da revista *Ms.* de 1992.



Figura 33 d
Capa da revista *Ms.* de 2009.



Figura 33 e
Capa da revista *Ms.* de 2012.



Figura 33 f
Capa da revista *Ms.* de 2019.

Figura 33 a, b, c, d, e, f
Capas da revista *Ms.* entre 1972 e 2019.

Fonte: https://www.pinterest.pt/msmagazine/_created/

um marido, salvar o casamento ou como cuidar dos filhos. Com a chegada da Ms. iniciou-se um novo ciclo de visibilidade social, visto que foi a primeira revista nos EUA onde surgiram mulheres a exigir a revogação das leis que criminalizavam o aborto, a defender a igualdade de direitos para todos e todas, que abordavam o trabalho doméstico e também apresentaram capas sobre a violência doméstica, assédio, etc.

Será que os meios de comunicação estão apenas a responder e a apoiar o movimento feminista ou a abordagem dos ideais do feminismo servirá apenas para atrair possíveis novos compradores? Rosalind Gill (2017: 141, 142) argumenta que inicialmente, os media responderam ao ativismo do movimento, no entanto, “a noção feminista de liberdade sexual e de direitos reprodutivos foi manipulada seletivamente para ser vendida para nós a partir da figura da mulher audaciosa, *sexy*, independente que sabe lidar com e usar o seu poder sexual”. A abordagem da feminilidade é disfarçada em *girl power* e o significado de sexismo está em constante mudança de acordo com o contexto e a época, isto é, nos anos 50 a ideia de sexismo era diferente da ideia que temos atualmente. Por isso, o termo pós-feminismo ajuda-nos a verificar como a misoginia e o sexismo atuam. Os media captam seletivamente as ideias feministas e contribuíram para a construção de novas figuras, tais como: “mulher empoderada, sexualmente desejável, pós-feminista”. (idem) Cada vez mais, a aparência do corpo da mulher ganha destaque, mas esta visibilidade tem se relevado tóxica, no sentido em que as mulheres têm sido educadas com novos parâmetros e até as mais peque-

nas imperfeições são percebidas. Em jornais e revistas, o que é destacado são algumas partes dos corpos das celebridades aparecendo aumentado e com um círculo vermelho sobre uma ruga ou celulite, em vez de destacarem a verdadeira razão para o aparecimento dessa pessoa. A tendência é vulgarizar e desaprovar as mulheres recorrendo à sua aparência ou sexualidade.

Relativamente ao slogan, *girl power*, utilizado em roupas não é apenas um objeto de mercadoria, também se refere às jovens mulheres como consumidoras poderosas e são o principal alvo da publicidade, das marcas e da cultura popular. Este posicionamento das jovens auxiliou na criação do mercado de empoderamento, no qual a estratégia das marcas é transformar as emoções, como por exemplo sobre a autoestima, a ideia de poder e as relações sociais em algo material (Sarah Banet-Weiser, 2015: 183). A autoconfiança também começou a ser um tema central nas publicidades, para as mulheres, incentivando-as a gostarem do seu próprio corpo, em vez de exporem o que pensam ser um problema para a vida da mulher e mostrarem o que o produto vai melhorar (Rosalind Gill, 2017: 150). O corpo associado à ideia de mulher é cada vez mais exposto de forma redutora e objetivado, mesmo que seja em prol do feminismo. Rosalind Gill (2017:147) afirma: “quando estou zangada a respeito das representações sexualizadas da mulher, não é a partir de uma posição censória, mas de uma posição preocupada com a (in)justiça de gênero.”

O que as imagens nas publicidades vêm transmitindo, na sua maioria, é a celebração



Figura 34
Capa da revista VOGUE britânica, junho de 2020.

Fonte: <https://www.vogue.co.uk/news/article/judi-dench-june-2020-issue-british-vogue>



Figura 35
Capa da revista VOGUE brasileira, novembro de 2020.

Fonte: <https://vogue.globo.com/celebridade/noticia/2020/11/ingrid-silva-nada-e-mais-poderoso-do-que-lutar-pela-proxima-geracao-e-agora-ser-responsavel-por-ela.html>

das mulheres, porém as mulheres que aparecem estão quase sempre enquadradas num tipo de aparência: corpos magros, sem pelos e sem marcas na pele, isto é, difundem a ideia de perfeição. Recentemente, têm surgido capas de revistas e imagens publicitárias com outros objetivos, como por exemplo, a revista VOGUE, conhecida na área da moda, tem-se destacado por apresentar capas que escapam dos estereótipos sociais. A capa do mês de junho de 2020 (figura 34), na qual surge a atriz Judi Dench com 85 anos. A fotografia da capa é centrada no rosto da atriz, no sentido de representar as mulheres de uma determinada faixa etária, para transmitir a naturalidade e a aceitação das mudanças da pele com o avançar da idade. Tornou-se na estrela mais antiga a aparecer numa capa da VOGUE britânica. No Brasil,

apresentaram uma capa com Ingrid Silva, (figura 35) primeira bailarina negra brasileira a entrar no *Dance Theatre of Harlem*, uma companhia profissional de *ballet*. Além disso, não é muito comum, aparecerem mulheres grávidas e sem roupa numa capa e quando surgem, na maioria são mulheres brancas. Outro fator que distingue esta capa é a forma como o corpo de Ingrid aparece, sem ser sexualizado. Desta forma, podemos verificar algumas mudanças que começam a fazer diferença na sociedade. Estas imagens são essenciais para a naturalização e aceitação das diferenças existentes entre as pessoas, demonstrando que a igualdade de oportunidades é importante e tem de ser alargada para que todos possam estar incluídos e serem representados.

4.2 | A imagem comunica

Para Zecchetto (2002: 178) a nossa experiência comunicativa é sempre uma experiência repleta de significados. O processamento da comunicação traduz-se em mensagens que incluem alguns significados, sendo estes os primeiros condutores do sentido. Uma determinada mensagem não pode ser compreendida isoladamente, ou seja, implica conhecer o contexto para o qual o discurso é dirigido. Por exemplo, os signos, os textos e os discursos não se realizam apenas de forma segmentada, também se focam na relação com o conjunto contextual, desde uma perspectiva dos elementos externos da mensagem até ao interior do processo da comunicação. Desta forma, o sentido surge da semiose e é comum referir os efeitos desse sentido, dado que os signos e os discursos são invocados pelo contexto que o rodeia e não depende exclusivamente dos significados semânticos básicos. O contexto reflete a marcação dos limites e do alcance dos sentidos. A percepção do sentido é conforme a interação dos valores e dos significados dos signos em relação com as várias interpretações culturais que são originadas pelos diferentes componentes contextuais, onde se verifica a comunicação. Os criadores de imagens (Zecchetto, 2002: 179-182) abordam um tema nas suas obras, isto é, elaboram elementos que terão um significado para expressar a temática eleita. Estes produzem o sentido consoante o tema, incluindo nele as marcas semânticas, que são os fatores visuais, tais como, a composição, as linhas, as cores, os ícones, que manifestam com menor ou maior coerência o assunto. O imaginário individual e o imaginário social criam uma espécie de uma margem indeterminada entre o lado racional e o campo do natural.



Figura 36 a

Figura 36 a, b, c
Série fotográfica "in a parallel universe" de Eli Rezkallah, 2018.

Fonte: <http://www.elirezkallah.com/inaparalleluniverse>



Figura 36 b



Figura 36 c

O fotógrafo Eli Rezkallah criou uma série denominada de *"in a parallel universe"* que consiste na recriação de anúncios reais com o objetivo questionar o sexismo de forma humorística, como podemos observar no conjunto de imagens da figura 36. Nesta recriação é possível encontrar os papéis dos homens e das mulheres invertidos, ou seja, para quebrar os estereótipos sociais atribuídos a cada sexo, os homens estão a desempenhar as funções impostas às mulheres e vice-versa.

A mulher tinha como função tratar da casa, dos filhos e do bem-estar do marido. Já ao homem era atribuído o mundo do trabalho fora de casa, dos negócios e por isso, era o responsável pelo sustento do lar. O homem era o centro do universo da mulher e tudo girava em volta dele, ou seja, era tudo feito para agradar o marido.

Assim, esta série recreativa inverte os papéis sociais e obriga-nos a pensar nos estereótipos através de uma perspetiva diferente. O

homem é o responsável pelo lar e de cuidar da sua esposa, pois esta é a chefe da casa. Tudo funciona em função dos desejos da mulher, o que para muitas pessoas pode parecer antinatural, visto que contradiz tudo o que nos ensinam desde pequenos. Esta série ajuda a desconstruir o estereótipo já inserido na sociedade de que existem determinadas funções, comportamentos e formas de estar associadas a cada sexo.

Em Portugal, no ano de 2019, surgiu um projeto denominado de *"Na Pele Dela"* (figura 37) que também ajuda a repensar a ideia de género. Nesta série fotográfica, os homens estão em cenários tipicamente femininos, ou seja, aparecem a fazer a depilação, a colocar batom, a costurar ou a limpar a casa. O objetivo do projeto é debater a igualdade de género, apoiando a ideia de que não existem comportamentos exclusivamente femininos e questionar estas representações que têm sido estereotipadas ao longo dos anos.

Figura 37 a



Figura 37 c

Figura 37 b



Figura 37 d

Figura 37 a, b, c, d
Série fotográfica *"Na Pele Dela"* de Maria Lopes e Mário Cesar, 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/napeledela/>

4.3 | Imagem ilustrada, feminista e com humor

As primeiras marcas realizadas pela humanidade, foram provavelmente alguns desenhos ou marcas feitas através dos dedos, utilizando o pó como utensílio de desenho. Essas marcas, também eram utilizadas para comunicar entre as pessoas, mesmo antes de existir linguagem escrita. A ilustração veio para ajudar a dar sentido ao nosso mundo, ou seja, para descrever e comunicar as complexidades da vida (Zeegen, 2009: 16-18). Todos os aspectos do nosso cotidiano, incluindo infraestruturas culturais dentro das quais vivemos e agimos, são abordadas pela ilustração, tal como a educação e o conhecimento; a persuasão; a publicidade; o branding e a identidade; o jornalismo; o entretenimento e todas as formas de narrativa. Também reflete o impacto da globalização, da economia e dos avanços tecnológicos e espelha a evolução dos media e da comunicação (Alan Male, 2019). De acordo com Mário Moura (2010), uma imagem é considerada uma ilustração quando esta é desenvolvida para refletir visualmente um texto, um filme, uma música ou até mesmo um conceito; é uma imagem que está dependente de algo. O ilustrador João Fazenda (Rita Pimenta, 2018) afirma que “a ilustração é a tradução de qualquer coisa numa outra linguagem. E nas traduções acontecem sempre interpretações. Depois, acrescentam algo mais, complementam uma história ou ideia e tornam a comunicação mais rica.” e “cada autor ou artista pega em coisas diferentes e traz uma nova visão.”

Na sociedade atual, a ilustração atua como uma libertação contra a opressão, fazendo com que muitas ilustradoras exteriorizem e exponham sem tabus situações normais do quotidiano das mulheres e sobre o que é ser mulher. Desta forma, as ilustradoras utilizam o seu trabalho para valorizar a mulher na sociedade, tornando-se num agente ativo e não apenas de observadora. A

ilustração consegue ser uma arma nesta luta pela igualdade de género, de classes e de etnias e ainda promove a mudança social (donde doré/ blog, 15 de abril de 2019). Nicola Streeten (2020: 38-47) afirma que remover atributos culturalmente ponderados, tal como roupas, cabelos, formas de corpo e detalhes faciais, convida o observador a reconhecer-se nas personagens criadas. A atividade feminista também ganhou relevância através de banda desenhada e do cartoon, conquistando lugar a nível social, político e económico. Em muitos casos, os trabalhos das mulheres ilustradoras são autobiográficos. A mulher que vivencia um trauma é considerada uma vítima, perante a sociedade, o que pode levar a pensar que a ilustradora que apresenta essa narrativa autobiográfica também seja considerada uma vítima. No entanto, para quebrar essa ideia enraizada nas pessoas, as ilustradoras feministas recorrem ao humor como estratégia ou ferramenta política para reforçar o controle social, sem parecer uma vítima. O humor nem sempre gera vontade de rir ou também pode ser utilizado de forma negativa. É necessário que o humor provoque uma mudança psicológica imediata e ainda que essa mudança seja provocada de forma agradável, posto que o riso é o resultado da mudança e não a transformação em si. A narrativa pode ser enquadrada tanto como comédia ou humor quanto como trauma e apesar de serem aparentemente contraditórias podem ser experimentadas ao mesmo tempo. O humor é valorizado na nossa sociedade e é visto como uma qualidade de liderança. Além disso, o humor, tal com a tristeza, pode ser visto como político e também como forma de reforçar o controle social. Ao analisarmos as teorias de superioridade, verifica-se que o poder social é assumido como masculino, então quer dizer que as mulheres representam um grupo menos poderoso. Se aplicarmos esta teoria a uma ilustração ou a uma

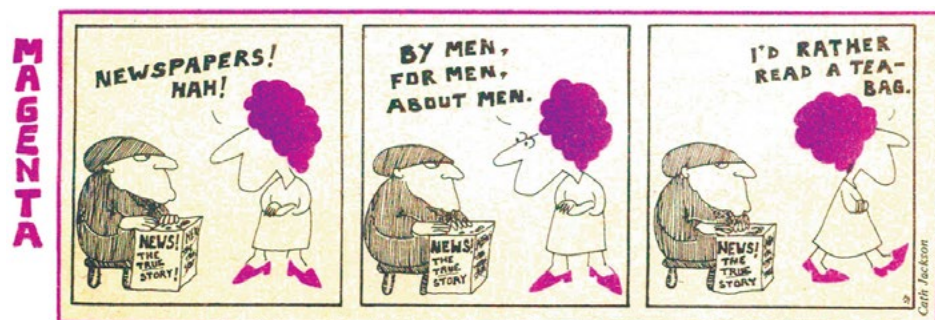


Figura 38
Cartoon de Cath Jackson.

Fonte: UK Feminist cartoons and comics

piada, onde a mulher é posicionada como alvo, esta é considerada engraçada. O uso de estereótipos pode ser prejudicial ou ofensivo com o objetivo de manter uma “ordem social” para reforçar o poder político e social do grupo dominante. Por exemplo, os desenhos animados anti sufrágio reforçavam o estereótipo da mulher sufragista como sem humor, retratavam-nas com bocas viradas para baixo e com expressões carrancudas. Além disso, também começaram a associar a ideia de “feio” à de sem humor, isto é, uma mulher era sufragista simplesmente por ser “feia” e sem graça para casar. Isto demonstra que não houve um reconhecimento das qualidades intelectuais e requisitos políticos como os principais fatores para apoiar o movimento sufragista. Um estereótipo criado que ridicularizava a “feminista sem humor” e recorreu ao humor a partir da ideia de superioridade. No entanto, também é possível inverter esta ideia de superioridade através da não utilização de estereótipos para redirecionar o riso, ou seja, se as mulheres aplicarem esta estratégia de reversão, teoricamente, podem destabilizar a dinâmica de poder por meio do humor.

No cartoon de Cath Jackson (figura 38), onde o homem que vende jornais é o representante do estereótipo de todos os homens e a mulher torna-se na personagem principal do episódio, demonstrando uma abordagem feminista e considerada radical, visto que o homem simboliza visualmente o patriarcado como causador da opressão. Este tipo de humor é reativo, na medida em que se baseia em estereótipos de gênero, em vez de os evitar para criar uma forma de humor diferente e proativo. Uma ilustração ou um cartoon também podem recorrer ao humor dirigido para a própria pessoa. O humor auto depreciativo é a forma mais “tradicional” de humor das mulheres, é considerado insinuante em vez de agressivo. Utilizar o humor sobre a própria pessoa permite ao escritor participar no processo sem afetar os outros “grupos”. O humor é como uma “arma” e ao dizermos que as mulheres não são engraçadas, então não podem utilizar esta arma e estamos a negar-lhes uma ferramenta. Então o humor dirigido a um “grupo” envolve ataque ou rivalidade, mas quando quem escreve ou desenha direciona esse problema contra si próprio, então cria humor.

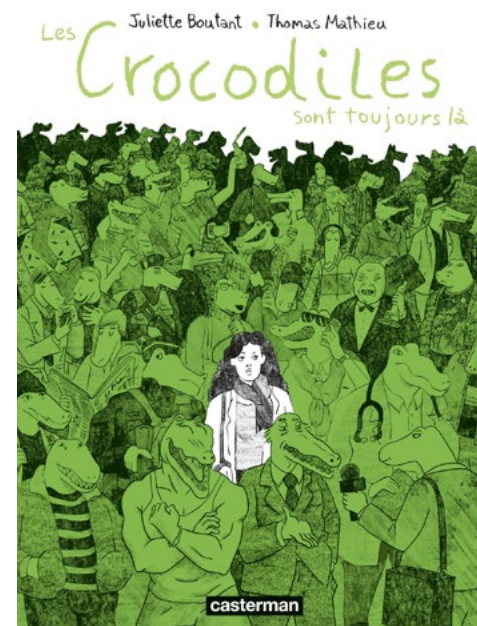


Figura 39
Capa do livro “Les Crocodiles sont toujours là” de Thomas Mathieu e Juliette Boutant, 2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/B21JX90CUSi/>

Em seguida, iremos apresentar alguns exemplos sobre a abordagem do feminismo e das ideias que este defende a partir da imagem ilustrada. São abordagens mais contemporâneas, que recorrem a técnicas manuais e digitais de desenho, refletem situações que acontecem diariamente dentro e fora de casa ou representam ideias utópicas, situações imaginárias, por exemplo, como seria se não existisse sexismo, desigualdade de gênero e classe. O primeiro exemplo é o projeto de Thomas Mathieu, intitulado de *Projet Crocodilles*, é o reflexo da utilização da ilustração na abordagem de problemas que acontecem às mulheres diariamente nas ruas, sobre o sexismo e o assédio. Mathieu transforma depoimentos reais em peque-

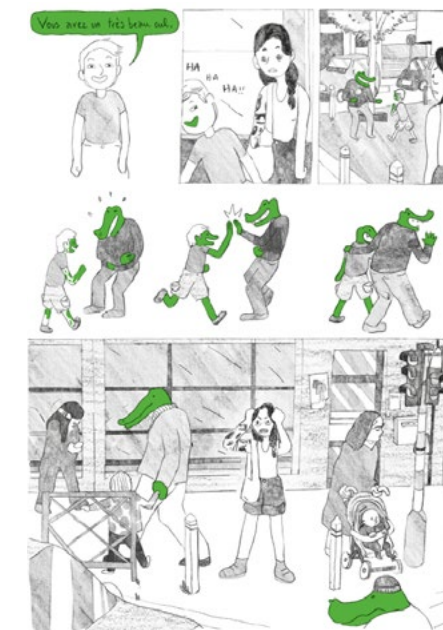


Figura 40
Ilustração de Thomas Mathieu.
Fonte: <https://www.casterman.com/Bande-dessinee/Catalogue/albums/les-crocodiles-sont-toujours-la/#&gid=1&pid=4>

nos episódios ilustrados, no qual os homens são representados com corpo de crocodilo e destacados com a cor verde, o restante ambiente e personagens são apresentados a preto e branco. Esta atmosfera acentua, ainda mais, a ideia de que existe um predador e uma presa. Em 2019, o *designer*, em conjunto com a autora Juliette Boutant editaram o volume número dois intitulando de “*Les Crocodiles sont toujours là*” (Os crocodilos ainda estão aqui), representado na figura 39. Com esta edição é possível verificar que as desigualdades de gênero ainda permanecem no trabalho, expõe o assédio por parte de profissionais de saúde, violência ginecológica e obstétrica.

No segundo exemplo, Ruby Taylor desenvolveu um país imaginário ilustrado em conjunto com as Nações Unidas que reflete os ideais de um mundo onde a igualdade de gênero e a emancipação da mulher são cumpridos com rigor. Denominado por Equiterra, visa direitos e oportunidades iguais, independentemente do sexo. Neste lugar utópico, as mulheres podem andar na rua em segurança e sem medo de enfrentar algum tipo de violência; não enfrentam situações de assédio; todos podem vestir o que quiserem sem serem julgados; os cargos de líderes de negócios são distribuídos por homens e mulheres de forma igual; existe a partilha de tarefas domésticas; todos têm o direito de frequentar a escola. A palavra estereótipo não tem qualquer tipo de significado na Equiterra, torna-se no lugar onde se celebra a diversidade e uma cultura de aceitação. De igual forma, Taylor publica os seus trabalhos nas redes sociais para transmitir as suas mensagens a um maior número de pessoas. A ilustração é composta pela “avenida da ausência do estereótipo”, onde as pessoas podem ser quem quiserem e é cultivada a cultura de aceitação; “a rua sem violência” traduz-se na ausência de assédio e abuso sexual, no qual as pessoas não precisam de andar com as chaves na mão, no caso de serem atacadas ou de ficarem preocupadas com o que os outros pensam sobre as roupas que têm vestidas. Neste país utópico também existe a “rua da igualdade

salarial”, onde as mulheres podem ter cargos de líder e são incentivadas a terem uma carreira, as tarefas domésticas são divididas e os homens têm direito à licença parental; já a “fábrica da reciclagem de masculinidade tóxica” transforma comportamentos tóxicos em atitudes que perpetuam a igualdade de gênero através de diálogo e ensinamentos inovadores. A “praça da inclusão” significa que todas as pessoas podem desfrutar do espaço, é acessível para pessoas com deficiência e não existem julgamentos com base na orientação sexual, etnia, religião ou classe. A “rua de ação climática” tem como objetivo reduzir de forma sustentável o carbono e o desperdício de alimentos, visa o impedimento do aumento das temperaturas e a destruição dos recursos naturais, faz-se a reciclagem e a compostagem. Existe a “avenida da igualdade representativa” onde estão presentes algumas instituições; a “avenida da educação” é uma das principais prioridades, todas as crianças podem ir à escola em segurança, têm acesso a todos os livros e tecnologias para aprender e além disso, não existe casamento infantil. Por fim, também existe a “avenida de liberdade” que é um dos princípios da Equiterra, a liberdade de expressão e movimento, a liberdade de escolher a identidade, a liberdade de escolher quantos filhos quer ter e ter o controle sobre o próprio corpo.



Figura 41
Ilustração de Ruby Taylor para o projeto Equiterra, 2020.

Fonte: <https://un-women.medium.com/welcome-to-equiterra-where-gender-equality-is-real-6fc832c383fe>

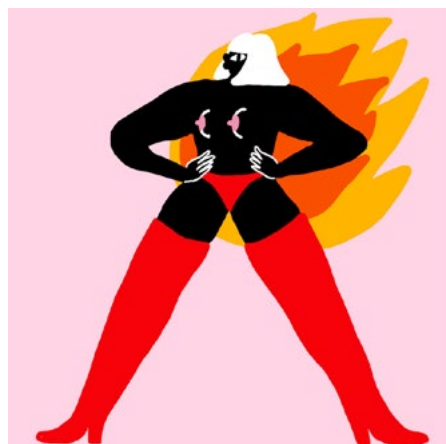


Figura 42
 “Whenever times are tough, be your own superhero. Actually, be one every day!” – Egle Zvirblyte, 2017.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/BbNP67GjBT/>



Figura 44
 “Boss Life” de Egle Zvirblyte, 2018.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bk-soR6Ug7pR/>



Figura 43
 “Boss of Everything” de Egle Zvirblyte, 2018.
 Fonte: https://www.instagram.com/p/BfyTVGSB_9R/



Figura 45
 “Hypnotic dance” de Egle Zvirblyte, 2019.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/BtbQi-08gqyt/>

O exemplo seguinte é sobre o trabalho da ilustradora Egle Zvirblyte. Este destaca-se por transmitir autoconfiança através das poses das personagens, amor e poder feminino, desde as formas que o corpo apresenta até às cores vibrantes e energéticas que aplica. Zvirblyte representa corpos em movimento, que se encontram a meio de uma ação e o observador pode imaginar o que irá acontecer no momento seguinte. A figura feminina é simplificada e representa corpos imaginários que não correspondem totalmente à realidade. Recorre a formas voluptuosas contrariando os estereótipos sociais e utiliza cores como o preto, vermelho, rosa ou branco para o corpo. Os pés terminam sempre em forma de bota com salto alto. Maioritariamente, desenha mulheres nuas ou seminuas e transmitem segurança em relação ao próprio corpo. No trabalho pessoal que desenvolve retrata momentos do quotidiano de mulheres confiantes, com poder e que podem ser quem elas desejam.



Figura 46
 Vinheta de Flavita Banana para o jornal *El país*, 2018.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/BphFvB-FEWk/>

O último exemplo, é o trabalho de Flavita Banana, no qual expõe o machismo quotidiano através do humor que utiliza nos seus pequenos episódios. Também representa o universo que rodeia uma mulher mãe, trabalhadora e todos os pensamentos de que uma mulher deve esforçar-se o dobro. A ilustradora pretende demonstrar a forma como vê o feminismo fazendo chegar às outras pessoas de forma agradável e explica que apoiar o movimento apenas traz vantagens. Apresenta uma visão crítica e cada vez mais política sobre o feminismo através de uma linguagem simplificada, quase sempre a preto e branco, inspirada pela banda desenhada. A nível gráfico, a ilustradora expressa-se de forma totalmente diferente de Zvirblyte, dado que Flavita Banana destaca-se pelas falas criativas e com humor que as suas personagens apresentam e Zvirblyte distingue-se pela paleta de cores fortes e com um estilo muito próprio sobre mulheres com confiança. No entanto, ambas reforçam o empoderamento da mulher.



Figura 47
 “Cómo odio esa frase” de Flavita Banana para o jornal *El país*, 2018.
 Fonte: https://elpais.com/elpais/2018/10/05/opinion/1538752407_346090.html



Figura 48
 “Cambios sociales pero no tanto” de Flavita Banana para o jornal *El país*, 2018.
 Fonte: https://www.instagram.com/p/Bq7KX_alDBr/

4.4 | Ilustrar nos novos media

Segundo Mirzoeff, “*Today, the world is young, urban, wired and hot.*” (*How to see the World*, 2015: 5). O terceiro indicador refere-se à conectividade, visto que em 2012 mais de um terço da população tinha acesso à *internet*, mais de 566% desde o ano de 2000. A *internet* não passou a ser apenas mais um *mass media*, mas sim o primeiro meio de comunicação mundial. A principal utilização da *internet* é a criação e visualização de imagens de todo o formato, como fotografias, vídeos, *comics*, arte e animação, podendo também serem enviadas para outras pessoas. Em 1930, estimou-se que um bilhão de fotografias fossem produzidas durante um ano, pelo mundo inteiro, mas cinquenta anos mais tarde, foram cerca de vinte e cinco bilhões de imagens por ano. Já em 2014, cerca de três trilhões de imagens foram produzidas, o que demonstra que a emergência global e social passa pelo que é visual. Todas as imagens e vídeos produzidos refletem a interpretação de cada um sobre o mundo que nos rodeia e que está em mudança (Mirzoeff, 2015: 6).

O acesso à *internet* pode ser realizado em qualquer parte do mundo, através de telemóveis, computadores, *tablets* e até nas televisões. As pessoas passam mais tempo *online* do que a ver televisão. Todos os que têm acesso à *internet*, incluindo ativistas no campo social e político, podem conectar-se com outras pessoas, de qualquer parte do mundo, tal como por exemplo organizações feministas, ter acesso a notícias e plataformas onde abordem este tema (Ofelia Schutte, 2008: 407). A *internet* está a tornar-se numa ferramenta fundamental para o desenvolvimento do feminismo, visto que, por ser um meio de comunicação alternativo é possível elaborar informações próprias para o formato, permite distribuir a informação massivamente e de forma imediata, permite debater propostas e novos planeamentos, além de conectar o movimento a nível mundial e permitir o acesso a textos e documentos que não estão no mercado. Este



Figura 49
Ilustração de Basak
Kilicbeyli na plataforma
WWD.



Figura 50
Ilustração de Metal
Shushan na plataforma
WWD.



Figura 51
Ilustração de Eeni Edit
na plataforma WWD.

Figura 52
Ilustração
de Tamar
Moshkovitz na
plataforma
WWD.

media também ajuda no funcionamento do feminismo como uma rede criando campanhas locais e mundiais (Nuria Varela, 2008). Através da *internet* podemos conhecer novas formas de criatividade feminista que são facilmente compartilhados nas diversas plataformas digitais. Assim, surge um conceito que interliga o feminismo e as novas tecnologias denominado de ciberfeminismo, tendo como objetivo a criação, a informação alternativa e o ativismo social (Nuria Varela, 2008). O site *Women Who Draw* (WWD) é um exemplo onde une o feminismo e ilustradoras profissionais, artistas e cartunistas. É uma comunidade onde todas as mulheres, ilustradoras trans ou com gênero indefinido possam marcar presença, para que outras pessoas ou empresas que queiram contratar uma ilustradora possam ver o seu trabalho. O projeto foi criado em 2017 por duas mulheres artistas: Julia Rothman e Wendy MacNaughton, com o objetivo de aumentar a visibilidade de ilustradoras, independentemente da etnia, escolha sexual e outros grupos minoritários. A ideia surgiu quando Julia Rothman reparou que uma revista, apesar

de nunca ter mencionado o nome desta, em 2015 publicou 55 edições e apenas quatro capas eram realizadas por mulheres artistas. Depois em conjunto com Wendy MacNaughton decidiram criar uma solução para combater a invisibilidade feminina e no primeiro dia de lançamento do site receberam 1200 inscrições e tiveram de melhorar a plataforma para poderem aceitar todos os registos.

No universo da ilustração existem muitos assuntos explorados; uma diversidade de técnicas, tanto manuais como digitais; estilos que caracterizam os próprios ilustradores e ilustradoras. Desta forma, foram selecionados alguns ilustradores e ilustradoras que serviram de apoio para o desenvolvimento do trabalho prático, na medida em que se baseiam na vida das mulheres, desde sobre o corpo e amor próprio até situações que acontecem na rua e com as pessoas que estão ao seu redor. As plataformas digitais foram o principal meio para a pesquisa e recolha das ilustrações selecionadas que abordam os temas desenvolvidos no capítulo três da dissertação.

5

Estudos de caso

5.1 | Enquadramento

As pessoas ilustradoras apresentadas na análise foram selecionadas principalmente pelos diferentes tipos de abordagem gráfica na ilustração: o traço e a linha, as cores utilizadas, o grau de complexidade visual e principalmente pelas diferentes representações das personagens, que é um dos principais elementos de análise. Em níveis diferentes, conscientemente ou inconscientemente, todas as pessoas ilustradoras abordam temas relacionados com o corpo feminino, assédio, opressão e diferenças culturais. Outro fator importante, foi a intenção de quebrar os estereótipos que se encontram enraizados na nossa sociedade. Desta forma, as ilustrações apresentadas não demonstram apenas o “tipicamente feminino”, ou seja, as mulheres encontram-se no comando das suas ações, manifestam-se contra as desigualdades de género e reivindicam a sua liberdade. A questão geográfica também se tornou relevante, visto que um dos objetivos é verificar o tipo de abordagem por pessoas ilustradoras portuguesas em comparação com a abordagem de pessoas ilustradoras de países próximos a Portugal, tal como Espanha, França e Reino Unido. A recolha das imagens selecionadas foi feita através de plataformas de partilha online das pessoas ilustradoras e dos próprios sites com o portfólio. A sua análise permite reunir dados qualitativos com o propósito de compreender as representações sociais vinculadas à mulher. Os elementos retratados têm um papel fundamental na construção do universo simbólico do que é ser mulher e têm um enorme impacto nas crenças e valores das pessoas que consomem imagens ilustradas. O resultado da análise não pretende generalizar os dados obtidos, mas sim reunir tendências de representação do corpo da mulher e relações sociais que ajudem a esclarecer em que consiste o feminismo.

5.2 | Introdução à análise

A análise recorre à relação entre imagem e texto: o texto amplifica o significado da imagem, ao qual são adicionados novos e diferentes significados (como por exemplo os balões com as falas), e vice-versa, quando os mesmos significados são representados de formas diferentes (por exemplo quando uma legenda interpreta o que está na imagem). Assim originam-se significados objetivos ou subjetivos, de acordo com a potencialidade do significado de uma cultura e da sua sociedade (Kress e van Leeuwen, 2006). Kress e van Leeuwen (2006) afirmam que a distinção entre objetividade e subjetividade é uma questão cultural ou de semiótica que pode ser realizada (com diferenças) a nível linguístico e visual. Desta forma, e seguindo a proposta dos autores, para a análise adotamos a abordagem semiótica social de Michael Halliday. Esta abordagem é uma ferramenta que auxilia no pensamento acerca dos processos sociais e semióticos gerais, constituído por três categorias que em conjunto funcionam para refletir todos os modos de representação. Relativamente às três metafunções de Halliday, estas descrevem requisitos básicos para qualquer modo semiótico, assim temos a metafunção ideacional, metafunção interpessoal e por fim metafunção textual.

A primeira metafunção, a ideacional, define que qualquer modo semiótico deve ser capaz de representar aspetos do mundo tal como é

experimentado pelos seres humanos, ou seja, deve ser capaz de representar os objetos e as suas relações com o mundo fora do sistema representacional. Os objetos e as suas relações com outros objetos e processos podem ser representados de diversas formas, ou seja, dois objetos podem apresentar interações únicas ou podem relacionar-se de outras formas conectando-se com vários ao mesmo tempo. Esta metafunção reúne um conjunto de estruturas representativas que podem ser divididas em estruturas narrativas e conceituais. A estrutura representacional narrativa inicia-se com a análise da ação referente à personagem principal representada e esta pode ser destacada pelo tamanho, por um lugar estratégico na composição, pode distinguir-se pelo contraste com o fundo ou pelas cores que apresenta. No entanto, quando existe apenas uma personagem, este processo é não transacional, dado que, a personagem não se destina a alguém ou a algum elemento. A reação que a ação pode causar à pessoa que observa origina um fenómeno. Estas reações podem ser transacionais ou não transacionais, onde se convida o espectador a imaginar o que a personagem representada está a pensar ou a olhar, criando empatia com este. As ligações criadas entre as personagens representadas e o espectador é denominado de processo mental e verbal. Por exemplo, o balão com as falas ou pensamentos são mediados por um reator. Este pode ter a forma de um alti-

falante (quando se trata de um balão com falas) ou um reator como sensor (balão com pensamentos). Já a estrutura representacional conceitual baseia-se nos seguintes processos: de classificação, que se traduz, por exemplo, em hierarquias de conceitos ou de poder social, relacionando os participantes entre si, para observar o tipo de relação; o analítico, onde se relaciona os participantes em termos de estrutura parte-todo e o simbólico que está associado a atributos simbólicos nos objetos, como por exemplo, através de destaque (representado em primeiro plano, tamanho exagerado, iluminação especial, cor). Os objetos também podem ser apontados por meio de um gesto, que pode ser visual ou verbal e podem ser associados a valores representativos. Os recursos visuais são articulados para representar as interações e as relações conceituais entre pessoas, lugares e objetos.

A segunda metafunção, a interpessoal, tem como objetivo compreender os significados interativos entre o produtor e a pessoa que visualiza a imagem. Independentemente da forma como nos identificamos com a imagem, esta representa interações e relações sociais. Quando estamos perante uma imagem, automaticamente, esta entra em contacto conosco, como por exemplo, quando a pessoa representada olha para o espectador ou faz um gesto, é estabelecido um contacto, mesmo que seja imaginário. O tipo de

relação também pode ser identificado por um sorriso, o que provoca afinidade com o espectador; pode seduzir quem está de fora da imagem, despertando o sentimento de desejo. Através da imagem podemos receber interações em forma de pedido, de oferta, de promessa, de interpelação, entre outros. Dependendo do tipo de relação, é possível compreender o tipo de distância que mantemos com o outro. Estas distâncias podem ser classificadas de pessoal, quando mantemos uma relação de proximidade com o outro; social, quando se refere a uma interação mais formal e impessoal, ou íntima, quando é utilizada uma linguagem específica entre membros de um casal, família ou por grupos de amigos. O tipo de relação social de uma interação é determinado pelo contexto e observamos as relações entre os participantes representados e o espectador através da objetividade ou subjetividade da imagem, tal como, a verificação do valor da verdade representada (modalidade). A verdade (visual e verbal) do ponto de vista da semiótica social, é uma construção de acordo com um determinado grupo social, as suas crenças e os valores.

A terceira metafunção, a textual, funciona a partir da composição da imagem, examinando a forma como os elementos representacionais e interativos são pensados e como são integrados num todo, com significado. O posicionamento dos elementos confere-

5.3 | Os diferentes olhares

–lhes os valores da informação específicos em cada parte da imagem: esquerda e direita, superior e inferior, centro e margem. Os elementos representados são criados com vários graus de saliência, isto é, captam diferentes níveis de atenção do espetador, como por exemplo, o posicionamento em primeiro plano, o tamanho, contrastes de cor. Além disso, o enquadramento ou a ausência deste, refere-se ao modo como os elementos estão conectados. Os pontos de análise desta metafunção, aplicam-se tanto a elementos textuais como a imagens, deixando a liberdade de estes elementos poderem ser analisados individualmente ou em conjunto, dependendo da forma como o significado da imagem deve ser tratado.

5.3.1– Visão geral

Joana Estrela, Nono Rueda e Rui Vitorino Santos, são ilustradores que debatem sobre questões de género, porém de forma bastante distinta. Joana Estrela trabalha sobretudo para o público infantil e a sua expressão gráfica é inocente, mas explicativa, demonstrando que podemos ser quem desejamos. A utilização de linguagens simples e de fácil perceção são comuns a quase todas as pessoas ilustradoras que fazem parte da análise. Este tipo de linguagem transmite a mensagem de forma sintetizada e rápida, ou seja, comunica de forma eficaz com o público e transforma conceitos complexos em formas simples de representação.

Nono Rueda e Rui Vitorino Santos dirigem-se a um público jovem e adulto para desconstruir a ideia de que temos de corresponder ao padrão associado à mulher e ao homem. Exploram de forma mais aprofundada sobre identidade de género representando uma enorme diversidade de corpos que possam existir.

O trabalho de Mariana, *A Miserável* é relevante pelo facto de o humor ser um recurso predominante nas suas ilustrações. O humor é frequentemente utilizado como ferramenta no campo da ilustração sobre o feminismo e o quotidiano da mulher. Auxilia a defron-

tar situações embaraçosas e cobertas de estereótipos levando a refletir sobre o que está representado na imagem. Clara Não é a ilustradora portuguesa que mais se aproxima com a abordagem de ilustradoras de outras nacionalidades, como por exemplo Cecile Dormeau, ou seja, é objetiva em relação ao tema que aborda na ilustração, expõe sem pudores e com humor. Gemma Correll e Cachete Jack também desenvolvem ilustrações com humor, proporcionando uma abordagem cômica e de fácil aceitação pelo observador. No entanto, não significa que todas as pessoas irão identificar-se com este modo representacional provocando alguns observadores, pois contraria o seu pensamento em relação ao assunto retratado, como feminismo e liberdade da mulher. As ilustrações de Marie Boiseau revelam-se mais passivas comparativamente ao trabalho desenvolvido pelo grupo Cachete Jack. Contudo, faz uma abordagem sem rodeios sobre os problemas que as mulheres enfrentam em comparação com as pessoas ilustradoras portuguesas, visto que Boiseau trabalha especialmente sobre o feminismo interseccional, mas não atua de forma a provocar o observador. As outras pessoas ilustradoras apenas abordam questões relacionadas com as mulheres quando lhes acontece algo no seu dia-a-dia e pensam ser pertinente expor a situação.

5.3.2– Visão em particular

Joana Estrela

Joana Estrela explora sobretudo a diversidade de identidade de género. É, principalmente, uma autora de livros infantis e acompanha o público mais novo através dos seus livros para crianças e por meio das plataformas de partilha online aproxima-se de jovens e adultos portugueses.

“Os vestidos do Tiago” (2018) é uma auto-publicação infantil sobre a questão de género (figura 53). Este descreve o gosto do Tiago por vestidos e como consegue construir a sua coleção com a ajuda da mãe e da avó. É uma espécie de descrição do crescimento do menino para mostrar que não está sozinho perante as suas escolhas e que também não é o único. As ilustrações do livro são de linha simples com preenchimentos de diversas cores, tal como, cor de laranja, azul, amarelo, verde e violeta. O livro desconstrói a ideia de que existem roupas para meninos e roupas para meninas.

O livro infantil “Menino, menina” (2020) também é sobre a identidade de género e baseia-se na diversidade, na liberdade e no respeito por todos e todas. Este livro explora estereótipos que são associadas às meni-



Figura 53
Capa da auto-publicação "Os vestidos do Tiago" de Joana Estrela, 2018.

Fonte: <https://joanaestrela.tumblr.com/post/44287689700/sent-yesterday-my-submission-for-ilga-portugals>

nas e aos meninos desde que nascemos, tal como as cores até ao tipo de roupa atribuídos a cada sexo.

As suas ilustrações são acompanhadas por linguagem textual, desde falas criadas para as personagens, textos em modo de legenda ou até pequenas frases que criam a narrativa da história a transmitir, assim como no livro "Menino, menina". O texto é desenhado pela ilustradora, tanto pode ser caligráfico como apresentado em caixa alta. A ilustradora apresenta o seu trabalho numa sucessão de acontecimentos e cenários, na medida em que as personagens, na maioria das vezes, não aparecem sozinhas, são contextualizadas pelo ambiente onde estão inseridas e são retratados apenas os elementos relevantes para a situação. Já a nível da representação do corpo, tanto feminino como masculino, a forma é sintetizada, acompa-

Figura 54
Ilustrações do livro "Menino, menina" de Joana Estrela, 2020.

Fonte: <https://joanaestrela.com/menino-menina/>



nhada de linha preta e com preenchimento de cor. No caso do livro "Menino, menina" não existe contorno de figuras, a cor preta é utilizada para criar detalhes nas personagens. A edição apresenta cores vibrantes e variadas, assim como, rosa, azul, amarelo, verde, branco e laranja. Na imagem superior da figura 54, estão representadas duas personagens a interagirem entre si, partilhando uma taça de gelado, enquanto que na imagem inferior, está representada uma personagem deitada no jardim e de olhos fechados. Esta personagem está relaxada, demonstra estar feliz consigo própria e não tem curiosidade em saber o que o observador pensa sobre a sua aparência, pois, pelo simples facto de não sabermos a qual "caixinha", imaginada pela sociedade, esta pertence, rompe com os estereótipos criados e ajuda na integração e aceitação de todos os géneros.



Figura 55
"É um desenho de 2018 mas hoje também fui fazer depilação e depois andei assim a tratar de coisas pela cidade.", 2020.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B7GyZyYlIbe/>

Mariana, a Miserável

A Miserável trabalha sobretudo em parceria com outras marcas e estúdios de design, livros independentes e galerias, mas também desenvolve ilustrações sobre situações que acontecem no seu dia-a-dia e publica-as nas suas redes sociais. Nas plataformas de partilha digital, a ilustradora comunica localmente para um público jovem e adulto, maioritariamente composto por mulheres.

Mariana acaba por ser a personagem principal e ao mesmo tempo aborda temas ou situações que acontecem na vida das mulheres, como por exemplo sobre a depilação (figura 55); promove o auto abraço e o auto amor (figura 57); reflete sobre a "roleta russa" de sentimentos que podemos ter e retrata os seus pensamentos com humor (figura 56). A



Figura 56
"Roleta Russa" de Mariana, a Miserável, 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2hJSxn-FN6m/>

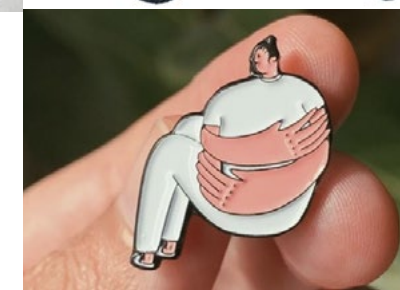


Figura 57
"Para lembrar que o auto-abraço e o auto-amor é importante." de Mariana, a Miserável, 2020.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CBfp-zZQjpaQy/>

ilustradora também se baseia na cultura e nos costumes portugueses.

Mariana desenvolve ilustrações independentes, em série ou para as suas edições. Trabalha sobretudo de forma manual, combinando a tinta acrílica e o lápis de grafite. Este último é mais utilizado sozinho para desenhos com o propósito de serem publicados nas redes sociais. Na figura 58 podemos observar uma mulher vestida com uma armadura em cima de um cavalo. É uma mulher que está em combate com algo que não vemos, mas podemos imaginar. Na ilustração da figura 59, desenhou uma mulher com fortes músculos, numa posição de culturismo, que está associado a um desporto masculino, é uma mulher mesmo que não cumpra os padrões de beleza idealizados pela sociedade. Além disso, esta ilustração e as ilustrações das fig.



Figura 58
Ilustração dia da Mulher.
"Uma sugestão para hoje é ver "a vida invisível" ali ao @cinematrindade que é um bellissimo murro no estômago que toda a gente devia levar", 8 de março de 2020.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B9eg7RdFkyv/>



Figura 59
Ilustração dia da Mulher. "Fui buscar o desenho do ano passado porque hoje é dia de nos lembrarmos da nossa força, por mais difícil que isso pareça às vezes. Como a minha amiga Joana me disse esta semana: "eu sou imbatível". - hoje também é dia de ir à marcha feminista, parte da praça dos poveiros às 18:30", 8 de março de 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BuvnFnIm7p/>

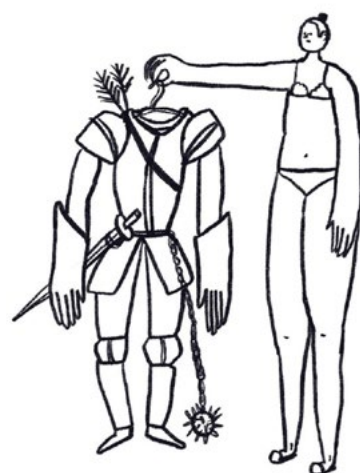


Figura 60
Ilustração dia da Mulher.
"Este desenho faz parte de outra estória mas gosto muito dele assim solto", 8 de março de 2021.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CMKmhKUMIOy/>

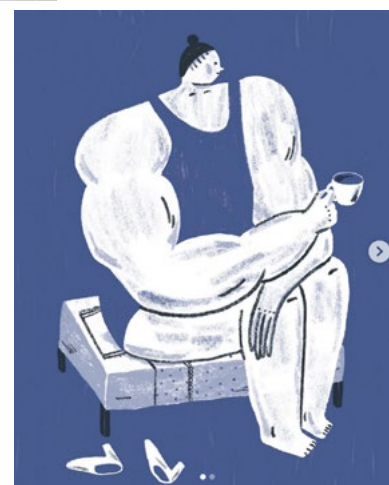


Figura 61
Ilustração de Mariana, a Miserável.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CK4Q3M7MBns/>

58 e 60 foram partilhadas no dia da mulher (2019, 2020 e 2021), transmitindo a ideia de que as mulheres podem ser fortes, terem a aparência que quiserem e vestirem o que mais gostarem.

Na ilustração da figura 61, também encontramos uma mulher com músculos, mas em outro contexto, esta está sentada numa cama, a beber de uma chávena e com uns sapatos de salto alto pousados no chão, ao lado de onde está sentada. Contraria a ideia de feminilidade, que supostamente uma mulher tem de ter uma aparência delicada e que ocupe

pouco espaço. As suas personagens são retratadas com formas ligeiramente voluptuosas e "masculinizadas", ou seja, não retrata a mulher de forma sexualizada e quebra os estereótipos do que é suposto ter de apresentar, tal como "linhas femininas" para ser considerada mulher. As ilustrações recolhidas não contêm texto, ou seja, a atenção é totalmente direcionada para a situação representada. As mulheres são jovens, independentes e apesar de estarem representadas sozinhas e isoladas do ambiente que as rodeia, estão no comando das ações.



Figura 62
Ilustração de Clara Não: "Num mundo cheio de preconceitos, é essencial relembrar a força da união entre as mulheres, a sororidade....", 2020.

Fonte: https://www.instagram.com/p/B_2C9rVpIzq/



Figuras 63
Ilustração de Clara Não: "Direitos LGBTQI+ são simplesmente direitos humanos!", 2021.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CO-07suKdsx/>

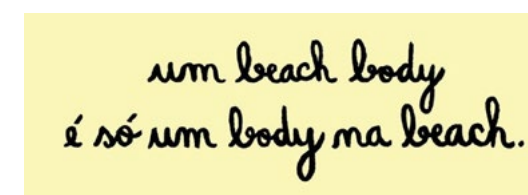


Figura 64
Ilustração de Clara Não: "Não há uma regra padrão para teres um corpo saudável, a não ser fazeres o que é saudável para ti...", 2020.

Fonte: https://www.instagram.com/p/B_k-VWmJttM/

Clara Não

Clara Não é uma ilustradora portuguesa que se assume como feminista. Desenvolve trabalhos em parceria com outras marcas, expõe em galerias e ainda utiliza plataformas digitais para dinamizar o seu trabalho e as suas reflexões na tentativa de mudar os pensamentos sexistas, machistas e racistas que ainda circulam pela sociedade. Os temas que aborda com mais regularidade são sobre a vida das mulheres, sobre o amor próprio, justiça social e igualdade de género. A ilustradora explora diretamente sobre a questão do trabalho, no qual a mulher ainda está associada ao trabalho doméstico e o homem ao exterior e também desenvolve questões referentes ao corpo, mais especificamente sobre a forma, a menstruação e a relação com os pelos. Para a autora, ser mulher é muito mais do que ser mãe ou dona de casa. A intenção

é quebrar os estereótipos criados pela sociedade, mostrando que devemos lutar pela igualdade social.

A ilustradora publicou um livro "Miga, esquece lá isso!" (2019), no qual tem um capítulo intitulado de "Manifesto de uma mulher independente". Este capítulo aborda exclusivamente a igualdade de género, a igualdade de oportunidades que deveriam existir em todos os aspetos, estereótipos que são associados às mulheres e aos homens, como por exemplo, a mulher ser mais sensível e o homem ser mais forte; a mulher como dona de casa; a roupa como desculpa para fazer julgamentos e também acerca de relacionamentos amorosos.

Durante a análise dos componentes visuais do capítulo verificamos que foi elaborado a preto e branco, com fundos lisos, acabando



Figura 65
Ilustração de Clara Não: "Teres pênis, vagina, ou seres interssexo, não dita o teu género, só tu. Não esquecer que há mais do que dois géneros", 2021.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CNIt9haMMPs/>



Figura 66
Ilustração de Clara Não: "Estamos mais susceptíveis a violência, só por sermos mulheres. Essa violência não é culpa nossa, é culpa das pessoas que a fazem.", 2021.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CMIL-R0qNL9/>



Figura 67
Ilustração de Clara Não: "Isto dos double standards põe-me furiosa. Uma rapariga cozinha bem, vai ser excelente dona de casa. Um rapaz cozinha bem, vai ser um chef.", 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B4DkhfBFGKv/>

por isolar os acontecimentos, dando maior importância às situações representadas. Esta abordagem visual foi a escolhida para a elaboração do livro incluindo o capítulo "Manifesto de uma mulher independente". Este capítulo é constituído por frases que tendem a aparecer em forma de terceto ou quarteto, mas sem rimas e os acontecimentos são retratados com indignação.

Através do seu instagram partilha ilustrações independentes ou em série com escrita criativa e com humor. O trabalho de Clara Não vive da relação que o texto e a imagem conseguem estabelecer, devido ao facto de se complementarem para transmitir a mensagem pretendida e nem sempre ser possível representar os modos visuais por linguagem escrita e vice-versa. As situações representadas são isoladas do contexto, pois o am-

biente ao redor está ausente da imagem, apresentando um fundo liso e de uma só cor. No entanto, é possível imaginar a cena, devido à presença das falas das personagens, que contextualizam a cena.

A ilustradora utiliza tinta da china preta para representar as suas personagens com formas simples e maioritariamente apenas da cintura para cima, com balões de fala da própria personagem ou provenientes do exterior da imagem, como por exemplo na ilustração da figura 67. Quando surge duas ou mais personagens, estas estão a interagir umas com as outras. No entanto, pode não ser estabelecido contacto direto com o observador, apenas entre as personagens, tal como nas figuras 65 e 66. É simulada a ideia de que ninguém as está a observar, mas mesmo assim é possível que o observador se identifique com o contexto apresentado.



Figura 68
Ilustração de Rui Vitorino Santos, 2020.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CAXYXwips7U/>

Figura 69
Ilustração de Rui Vitorino Santos, 2020.
Fonte: https://www.instagram.com/p/CCD2YIUJL_0/



Figura 70
Ilustração de Rui Vitorino Santos, 2020.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CA0HIY1pXfk/>

Rui Vitorino Santos

Rui Vitorino Santos é um ilustrador português que aborda o corpo humano de maneira diferente de outros ilustradores e ilustradoras presentes na análise. Os principais recetores do seu trabalho são pessoas jovens e adultas através de plataformas digitais e galerias. As suas ilustrações expressam um imaginário mítico, apoiando-se também no quotidiano e na cultura popular portuguesa.

O ilustrador não retrata situações especificamente feministas, no entanto, apresenta uma abordagem característica sobre o corpo, permitindo englobar e questionar sobre identidade de género e padrões de beleza idealizados. O seu ponto de vista sobre o corpo combina formas normativas associadas ao feminino e ao masculino, obtendo um ser

humano diferente, demonstrando que esta diferença existe e não significa que seja negativa. O ilustrador quebra totalmente os estereótipos corporais idealizados pela sociedade, onde é imposto determinadas formas para as mulheres e aos homens são atribuídos outros tipos de características. Além disso, também rompe com o pensamento existente de género feminino e género masculino, abordando a diversidade de género.

A nível de aspetos formais e gráficos, o ilustrador recorre a técnicas manuais para desenvolver o seu trabalho, através de aguarela, lápis de cor, canetas e principalmente tinta da china. Rui Santos, por vezes, utiliza linguagem textual para criar uma pequena narrativa em volta da personagem desenhada e para auxiliar a imaginar o ambiente da situação em específico. De acordo com as



Figura 71
Exposição Rumor de Rui Vitorino Santos, 2017.
Fonte: http://www.exteril.com/exposicoes/2017/141_16dez_15minsfama/1_8294.html

três ilustrações recolhidas através do instagram, os modos verbais aparecem na parte superior da imagem, o que significa que vamos ler o texto em primeiro lugar, em seguida observamos o desenho e por fim realizamos mentalmente a conexão entre os dois princípios representacionais. A tipografia utilizada é escrita pelo próprio ilustrador, conhecido por lettering ou caligrafia, apresentando-se como caixa alta e surge na parte inferior da linha. No entanto, é possível associar a escrita por baixo da linha e a representação do corpo feminino, visto que ambos não estão de acordo com a norma social, pois aprendemos a escrever na parte superior da linha.

Além disso, podemos observar uma série de três ilustrações na figura 71, em que as mulheres aparecem sozinhas, isoladas do ambiente em redor, pois apresentam um fundo liso, ou seja, as personagens são os elementos principais da representação. Estas mulheres, surgem sentadas com as pernas cruzadas, apesar do assento estar ausente



Figura 72
"Mariana" de Rui Vitorino Santos, 2020.
Fonte: <https://ogaleria.com/collections/rui-vitorino-dos-santos/products/23>

da imagem, com os braços perto do corpo transmitindo uma ação passiva. O observador é obrigado a imaginar para onde ou para quem é que as personagens estão a olhar, visto que, a direção dos olhos dirige-nos para fora do espaço representado. Será que a personagem do meio está a trocar olhares com a personagem do lado direito ou simplesmente aconteceu por mero acaso? É algo que fica em aberto para podermos imaginar a história representada. Nas suas ilustrações nunca sabemos exatamente toda a situação envolvente, uma parte podemos observar e somos convidados a imaginar o restante que irá acontecer.

Na figura 72 é representada uma personagem vestida de noiva, com barba, músculos, pelos na zona do peito, pestanas grandes. As imagens criadas pelo ilustrador transmitem algo que as pessoas não estão à espera de ver, criando um imaginário sobre o corpo.



Figura 73
"Festa de Lisboa'17" de Nuno Saraiva, 2017.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/BjCRihqgr7/>

Figura 75
"O porteiro da Maternidade" de Nuno Saraiva, 2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/BzP8lqolV4W/>

Nuno Saraiva

Nuno Saraiva é um ilustrador português conhecido pelas suas bandas desenhadas. Colabora com jornais portugueses, no qual apresenta uma visão mais política, assim como exige o campo da ilustração editorial. O ilustrador baseia-se na crítica política e na sátira para provocar o espetador. O trabalho de Saraiva reflete a cultura popular portuguesa, a forma como as pessoas interagem umas com as outras, dentro de um contexto português, principalmente baseado na cidade de Lisboa, lugar onde nasceu e reside. O autor explora a vida da cidade, criando os cenários das pessoas que lá habitam.



Figura 74
"Grande Inquisitor desembargador" de Nuno Saraiva, 2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bue2bgXIFRK/>

Saraiva afirma que "Lisboa nasceu multicultural" e dessa forma podemos verificar que aplica esse pensamento no seu trabalho sobre a cidade.

Os temas abordados pelo autor variam conforme as notícias que tem de ilustrar para os jornais com quem trabalha, mas já abordou temas sobre a violência contra as mulheres (figura 74) e sobre a maternidade (figura 75). O ilustrador representa sempre com linha preta o contorno das figuras, (também conhecido como estilo linha clara, tornado sobretudo popular num primeiro momento, pelo Tintin), dando maior relevância a formas curvas e utiliza cores energéticas e ale-



Figura 76
Festas de Lisboa por Nuno Saraiva,
2015.

Fonte: <https://www.publico.pt/2015/05/20/p3/fotogaleria/as-festas-de-lisboa-ilustradas-por-nuno-saraiva-385092>

gres para o preenchimento dessas formas. Nas ilustrações só surge elementos escritos caso seja relevante para a compreensão da imagem. Quando aparece é desenhado pelo próprio ilustrador para manter a coerência gráfica.

Independentemente do corpo retratado, quer seja masculino ou feminino, Saraiva decide desenhar de forma a criar personagens sensuais, de acordo com os estereótipos criados pela sociedade. As mulheres apresentam cintura fina e os homens são musculados, embora estejam presentes também outros tipos físicos. O autor tem consciência que as suas personagens podem ser provocadoras e criar alguma polémica. (P3, 2015) Além dis-



so, as personagens são retratadas com diferentes cor de pele, havendo maior inclusão de diversidade étnica.

As personagens interagem mutuamente e quando surgem sozinhas estão sempre a desempenhar alguma função ou tarefa, mas normalmente Saraiva representa duas ou mais pessoas na mesma imagem. Nas ilustrações selecionadas, as personagens não interagem diretamente com o observador, mas este pode sentir-se envolvido no ambiente que as rodeia ou imaginar que está a observar no preciso momento em que a situação está a acontecer. As personagens são retratadas a meio de uma ação, quer seja a dançar, estarem ao telefone ou a protestarem.



Figura 77
Capa do Livro "The Feminist Activity book" ilustrada por Gemma Correll,
2016.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BCCU6nyt1oQ/>

Gemma Correll

Gemma Correll é uma ilustradora e cartunista inglesa. O seu trabalho é fortemente narrativo, envolvendo diferentes personagens que representam diversas situações de forma divertida. Os seus principais clientes são os jornais e editoras de livros. Além disso, partilha o seu trabalho nas redes sociais e chega a pessoas de diferentes idades e muito diversas, pois comunica de forma global e a abordagem cômica que apresenta nas suas ilustrações ajuda a suavizar os temas escolhidos, tornando a sua leitura mais agradável e de fácil aceitação. A ilustradora foca-se também em temas relacionados com a vida das mulheres, incluindo questões mais íntimas.



Figura 78
"Here's to being a woman on the internet!" de Gemma Correll, 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/Buwkxwjkmh/>

Correll elaborou o livro "The feminist activity book" (figura 77), onde apresenta propostas de atividades para as jovens mulheres, utilizando o humor. O livro pretende combater o patriarcado e apoiar a igualdade, abordando políticas interseccionais. Tenciona romper com os padrões estéticos criados pela sociedade, desmistificando a ideia de "corpo ideal". Trabalho sobre a sexualidade feminina: a menstruação, para desmistificar o tabu existente em volta deste tema, sobre o copo menstrual, que ainda não é bem aceite por todas as mulheres, sobre o prazer e também sobre brinquedos sexuais.

A ilustradora utiliza principalmente as cores preto e vermelho, na medida em que a primeira é encontrada no contorno das formas e por vezes aplicada também no preenchimento. A segunda cor é aplicada em diversos

Figura 80

"Are you beach body ready?" de Gemma Correll, 2018.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BiHfvyhDKzW/>



Figura 79

"Body Shapes: a hangy guide" de Gemma Correll, 2014.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CAdnLKWjE2S/>

Figura 81

"Halloween Costumes" de Gemma Correll

Fonte: <https://gemmaocorrell.tumblr.com/post/31620103408/relevant-again>



tons, ou seja, usa o vermelho com diversos níveis de intensidade. Quanto aos elementos textuais que acompanham os seus desenhos, auxiliam na contextualização do ambiente e revelam detalhes cômicos sobre as personagens. Estes detalhes permitem ao observador ganhar empatia e se identificar com o sucedido, como por exemplo na figura 80 *Body Shapes*. Correll retrata de forma cômica o formato que um corpo pode ter: forma de pera, de *pizza*, de brócolo, de perna de peru; ou seja, tenta demonstrar que todo o tipo de corpo é normal e pode existir sem preconceitos. Além disso, complementa os desenhos com elementos textuais para deixar clara a sua ideia. A ilustradora também fez uma sequência de imagens sobre como ter um corpo preparado para ir à praia (fi-

gura 81), optando por uma abordagem cômica, na qual sugere que devemos praticar os agachamentos quando vamos urinar no oceano ou que o umbigo serve para segurar uma cerveja enquanto estamos a apanhar sol. Da mesma forma, realiza uma abordagem irônica sobre roupas festivas de *halloween*, (figura 81) mostrando que as roupas de fantasia para os homens são de super-herói, de vampiro ou pirata, enquanto que para as mulheres contém sempre algum atributo *sexy*, como por exemplo, supermulher *sexy* ou pirata *sexy*. Expressando assim que a visão de que as mulheres têm de ser sensuais a tempo inteiro, têm de agradar todos os seus observadores, como se fosse uma função imposta.



Figura 82

"Irse lejos para estar más cerca" de Nono Rueda, 2018.

Fonte: <https://issuu.com/nonoruueda/docs/todo>

Nono Rueda

Noelia Rueda, mais conhecida por Nono Rueda, é espanhola e caracteriza-se como uma artista feminista. Rueda está muito presente nas plataformas digitais utilizando-as para abordar temas como o empoderamento feminino, a rutura dos estereótipos, o amor próprio e a naturalização da menstruação. O seu público principal são pessoas fluentes em espanhol, no entanto também escreve em inglês. Nos seus trabalhos a mulher é a personagem principal e maioritariamente única, em que Rueda caracteriza-as como sensíveis, mágicas, livres e guerreiras.

Rueda editou o seu próprio livro intitulado-o de "*Irse lejos para estar más cerca*". É um diário ilustrado que aborda a libertação, o feminismo e a própria experiência da autora. A edição é encadernada à mão e limitada, existindo cem exemplares impressos em risografia. O diário ajuda-nos a compreender que um problema pode ser comum a várias mulheres ao mesmo tempo, não é um dilema que acontece apenas uma pessoa. O principal objetivo é aprender a partilhar e a procurar a resolução para esses acontecimentos.

As suas ilustrações retratam a diversidade feminina, de várias etnias e também inclui mulheres trans. As suas jovens mulheres

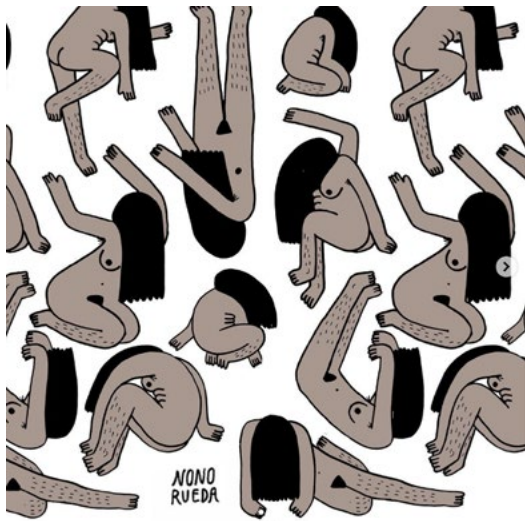


Figura 83
Ilustração de Nono Rueda, 2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bw65vijhqx/>



Figura 84
"Body possytive" de Nono Rueda, 2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bzsi9dkop7b/>



Figura 85
"I'm feeling good" de Nono Rueda, 2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bui2AGlhbrk/>

são representadas com linhas simples, de cor preta, no entanto, por vezes completa as formas com outras cores, tal como, verde, vermelho, rosa e amarelo. Através das palavras, realiza pequenos trocadilhos linguísticos, como por exemplo, numa ilustração que publicou no seu instagram, escreveu uma mensagem, em inglês, para as mulheres terem mais amor pelo seu corpo, ou seja, em lugar de escrever "*body positive*", desenvolveu uma nova expressão "*body pussytive*" (figura 84). Esta expressão juntou três ideias: corpo, positividade e vagina. Na figura 85 com o copo menstrual pode ler-se a frase "*i'm feeling blood*", porém na última palavra, as letras b e l estão corrigidas com a letra g, em vermelho. A ideia é substituir o vocábulo "sangue" por "bem", ou seja, pretende transmitir sentimentos positivos em relação à menstruação, um processo natural do corpo.



Figura 86
"It's time for girls to speak loudly just to finally be able to speak and to be listened." Série "Fucking freedom", projeto pessoal de Cachete Jack, 2020.

Fonte: <https://cachetejack.com/Fucking-freedom>

Cachete Jack

Cachete Jack é um grupo de duas jovens espanholas, Nuria Bellver e Raquel Fanjul, que se dedicam a desenvolver trabalhos ilustrados essencialmente editoriais, em colaboração com marcas e ainda ilustrações independentes, com foco em assuntos políticos e sociais atuais tratando de forma crítica. As jovens combinam a realidade com um ponto de vista característico, no sentido de criar situações e ambientes mais próximos do observador. As ilustrações de Cachete Jack são publicadas em plataformas de partilha digital e através do portfólio online. O seu público

é global, pois utilizam pouca linguagem escrita e a que surge está em inglês, um idioma que quase todo o mundo compreende.

A série "*Fucking freedom*" foi um trabalho pessoal que desenvolveram para uma exposição e abordaram de forma bastante direta a liberdade que as mulheres têm na nossa sociedade, na medida em que se referem a uma liberdade com limites e imposições. O objetivo é incentivar as mulheres para que possam falar e que sejam ouvidas, para denunciarem as injustiças que sofreram e ainda sofrem. Nesta série de ilustrações, as pala-



Figura 86

"It's time for girls to speak loudly just to finally be able to speak and to be listened."
Série "Fucking freedom", projeto pessoal de Cachete Jack, 2020.

vras desdobram-se em desenhos hipnóticos, baseados na linguagem pop e vibram com a energia, amor e humor, proclamando a liberdade de igualdade e o respeito. As mulheres são representadas com formas sintetizadas, mas não deixam de ter formas relativas ao corpo feminino. As ilustradoras conseguem representar diversos temas comuns a diversas mulheres: normalização da menstruação e a depilação como uma imposição para atingir a beleza máxima; sobre a desigualdade entre homens e mulheres. A ilustração que retrata uma mulher com a representação de uma vagina com a palavra "stop" inserida, protesta contra a violência sexual que muitas mulheres sofrem. Também observamos ilustrações que incentivam as mulheres a acreditarem no seu poder, desenhado com o vocábulo "power", dentro da boca da mulher, isto é, encoraja as mulheres a lutarem pela sua liberdade, pelos seus direitos e pela igualdade de oportunidades. A palavra está representada através de uma letra desenhada pelas ilustradoras. O texto é apresentado com a mesma linguagem gráfica que a ilustração. A mulher também possui uma camisola de diversas cores, o que significa que as

nossas diferenças não podem ser impeditivas de algo e remete-nos para as cores da bandeira LGBT.

Cachete Jack também se manifesta contra a ideia de que a mulher deve estar sempre bela e sensual, demonstrando através da ilustração com a mulher a cortar o fio que segura os seios. Na ilustração podemos ler "no push up", que se traduz na oposição contra os soutiens que contêm mais enchimento para tornar os seios "mais bonitos" de acordo com os padrões de beleza imposto.

Nas imagens recolhidas, as mulheres estão a meio de uma ação, quer seja em forma de protesto, a cortar um fio ou a fazer gestos. As mulheres representadas são jovens, com diferentes cores de pele e de cabelo, por vezes com pelos e maquilhadas. As ilustradoras apoiam-se em cores arrojadas e misturam com o humor e ironia. O humor é uma ferramenta fundamental para o trabalho das ilustradoras, afirmando que o humor é o idioma utilizado para traduzir as ideias em imagens. Além disso, tentam retirar sempre o lado negativo ou menos mau da situação.



Figura 87

"Together" de Marie Boiseau, 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bz1ROKtiutv/>



Figura 88

Ilustração de Marie Boiseau, 2019.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/B6K-jigipKJ/>



Marie Boiseau

Marie Boiseau é uma ilustradora freelancer francesa. Partilha os seus trabalhos nas redes sociais e revela que foi uma ferramenta fundamental para conseguir chegar às pessoas que se identificam com os temas tratados nas suas ilustrações. Boiseau é conhecida pela sua abordagem focada no corpo feminino, elementos de natureza e ainda sobre a sexualidade, na qual também inclui políticas de interseccionalidade, a partir de uma visão mais social com o objetivo de quebrar estereótipos. A ilustradora *freelancer* contribui para a aceitação do corpo nas plataformas de partilha social, onde apoia estilos de vida saudáveis e demonstra que a beleza não se mede fisicamente.

O seu trabalho explora o quotidiano do universo feminino, no qual representa o corpo de forma a contrariar os padrões de beleza desejados pela sociedade. A sua exploração gráfica inclui pelos, diferentes cores de pele, cabelos grisalhos, diversas morfologias que um corpo pode ter e ainda mulheres de diferentes etnias.

As ilustrações de Marie demonstram, na sua maioria, a ausência de qualquer tipo de linguagem escrita, focando a transmissão da mensagem puramente por princípios representacionais visuais. Boiseau representa a mulher isolada do ambiente que a rodeia, isto é, cria um cenário imaginário à sua volta em que incluiu elementos alusivos à natureza ou simplesmente apresenta um fundo liso. A mulher surge sobretudo sozinha, aca-



Figura 90
 "L'association Josephine" de Marie Boiseau, 2021.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/CNxnfe9AZ2p/>



Figura 91
 "Inspired by a girl I saw on tiktok" de Marie Boiseau, 2020.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/CD4EkytIXT/>

bando por dar ênfase à particularidade da personagem retratada, assim sendo realça a cor do corpo e elementos que por vezes não encaixam nos moldes da sociedade, tal como, uma mulher sem cabelo é considerada menos feminina, mulheres com próteses visíveis ou com problemas de pele. Todavia, também ilustra mulheres de diferentes etnias unidas e abraçadas, demonstrando que todas juntas têm mais poder, ou seja, aceitam as suas diferenças apesar dos estereótipos que circulam na sociedade, apoiando-se mutuamente. As mulheres de Marie são conhecidas pelas formas geralmente voluptuosas, que na maioria das vezes não são representadas visualmente. Apesar de contrariarem profundamente a estética dita ideal, estas mulheres são retratadas de forma sensual e feminina. A ilustradora promove a aceitação do nosso próprio corpo, independentemente da forma.



Figura 92
 Ilustração de Marie Boiseau, 2020.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/CHTLvqzAWyG/>



Figura 93
 "Is my outfit too slutty?" de Cecile Dourmeau, 2019.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2j30RFjm9Z/>

Cecile Dourmeau

Cecile Dourmeau é uma ilustradora francesa que elabora sobretudo ilustrações e *gifs*, nos quais explora temas como a aceitação em relação a nós próprios, retrata todo o tipo de corpos que possam existir, demonstrando que são todos aceites e sobre problemas do quotidiano enfrentados pelas mulheres. Dourmeau afirma que as redes sociais são uma boa forma de partilhar o seu trabalho, nas quais compartilha situações que as pessoas têm vergonha de contar, contrariando a ideia base das redes sociais, um universo onde a aparência é o modelo a seguir (Abc, 2019). Apesar de ser francesa, optou por desenvolver a parte textual em inglês, conseguindo transmitir os seus pensamentos a pessoas de diversas partes do mundo e para se adaptar



Figura 94
 "Experiment to free yourself from the eyes of others" de Cecile Dourmeau, 2019.
 Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2RvrblLYSR/>

mais facilmente aos seus potenciais clientes. O público que a acompanha são maioritariamente mulheres. Numa entrevista à revista *Grafill* (Magasin, 2018), Dourmeau explica que as ideias que desenvolve nas suas ilustrações são baseadas nos seus sentimentos e nas pessoas que a rodeiam, tal como a sua irmã, as pessoas que vê na rua ou conversas com os amigos. A ilustradora tenta abordar assuntos que muitas vezes são ocultados, detalhes que temos vergonha em partilhar ou temas considerados tabu, como por exemplo, a menstruação. O objetivo das suas ilustrações é a união das vulnerabilidades das mulheres, juntamente com os seus pontos fortes.

A ilustradora afirma que estamos numa sociedade que dá demasiada importância à



Figura 95
"Unused sketches" de Cecile Dourmeau,
2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/B3XIsGonLh/>



Figura 96
"Seen in Barcelona this summer" de Cecile
Dourmeau, 2019.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/B0BgFpox6O/>

imagem e ao corpo, também muito devido ao facto de os media e a publicidade transmitirem a busca pela perfeição (Magasin, 2018). Dourmeau retrata todo o tipo de corpos existentes, desde mulheres magras até a mulheres com sobrepeso, que muitas vezes não aparecem nas representações visuais. Também retrata todos os complexos que as mulheres têm, desde o aparecimento de celulite até às gordurinhas e independentemente a idade. Desta forma, todas as mulheres identificam-se com o trabalho da ilustradora por conseguir representar um pouco de todas.

A figura 96 funciona como uma chamada de atenção para todos as pessoas acerca do machismo. Nesta ilustração em específico, o machismo parte da própria mulher, caso esta tenha escolhido a sua própria roupa. Em caso extremo, o homem obrigou-a a utilizar a t-shirt. No entanto, o objetivo é destacar

que as atitudes machistas e sexistas não são praticadas apenas por homens, é um comportamento que não se restringe a um género.

A mensagem que Dourmeau transmite pelas suas imagens é interpretada facilmente e de forma clara pelo observador, devido à sua linguagem gráfica ter como base linha preta para o contorno das formas e cores vibrantes e brilhantes para preencher essas formas. As suas ilustrações possuem, na maioria, elementos textuais para complementar a linguagem gráfica e cria falas entre as personagens. A autora explora o quotidiano de várias mulheres de forma direta e sem pudores, recorrendo ao universo do humor para que todas as pessoas possam compreender que o problema do assédio e das diferenças culturais não devem ser ignorados, nem tratados com indiferença.

6

Projeto gráfico

6.1 | Enquadramento

“Illustration has over the years had a significant and influential effect on society and a diversity of audience reactions and emotions.” (Alan Male, 2019:11).

As pessoas conectam-se com a ilustração todos os dias. Esta influencia a forma como somos informados e educados, o que compramos e como somos persuadidos sobre as decisões que tomamos. A ilustração tem provocado diversas mudanças a nível global em vários temas: religiosos, culturais e políticos (Alan Male, 2019: 12).

Durante a investigação foi fundamental a procura de formas de representação visual sobre a mulher que contribuíram para a sua visibilidade e permitiram refletir sobre o seu estatuto social e na arte, no design e na ilustração em particular. É fundamental proporcionar igualdade de oportunidade e de visibilidade a todas as mulheres e não apenas à mulher branca e heterossexual. Apesar do projeto gráfico ser incidente na minha experiência como mulher e de situações que aconteceram ao meu redor, não invalida a importância da representação de mulheres de etnias diferentes.

Os estudos de caso apresentados anteriormente, no capítulo 5, tornaram-se nas referências para criação do projeto gráfico da dissertação. Desde a linguagem gráfica simples e direta, a ironia e o humor de Cécile Dormeau e de Gemma Correll, os fundos sem detalhes e com uma única cor e os balões de fala de Clara Não.

6.2 | A série de 30 postais

A proposta para o projeto gráfico, visa demonstrar que a ilustração pode ser utilizada como uma ferramenta para denunciar os problemas que as mulheres enfrentam na sociedade patriarcal.

A prática projetual tem como propósito esclarecer o que é o feminismo através da ilustração, com acontecimentos do cotidiano, que na sua maioria são desculpados por aparentarem conter uma essência inofensiva. Desta forma, a proposta será uma série de 30 postais ilustrados, baseados no capítulo 3, no qual abordamos o corpo feminino, políticas interseccionais e o assédio, incluindo o sexismo e o machismo como formas de opressão. Estes temas foram estudados individualmente, mas na prática são conceitos que estão interligados e não devem ser separados. O projeto gráfico reflete essa questão e os temas serão manifestados em simultâneo recorrendo à ironia e ao humor.

Os postais são mensageiros em formato pequeno e de acessível produção. Neste caso, em específico, servirão para transportar mensagens de liberdade, empatia e ironia dependendo da situação retratada. A ideia do projeto gráfico será promover a circulação de informação sobre igualdade de género e não a de incutir a todas as pessoas de serem obrigatoriamente feministas ou se identificarem como tal. O principal intuito é desconstruir discursos e criar alternativas para este sistema patriarcal, e em simultâneo consciencializar sobre diversas realidades da mulher, à pessoa que está em contacto com os postais. Esta estará a ter conhecimento de casos práticos sobre situações que acontecem com as mulheres no seu dia-a-dia e a partir desse momento tem total liberdade para construir a sua opinião perante o assunto retratado no postal.

O projeto prático será uma extensão do trabalho que desenvolvo como ilustradora *freelancer*, como foi mencionado na introdução da dissertação. A série de postais estará disponível na minha loja *online* e será divulgada através de plataformas de partilha digital, como o *instagram*.

A ironia e o humor

A ironia, normalmente, é evidenciada pela retórica e expressa um sentido que significa o oposto do que realmente quer dizer, tipicamente utilizado para provocar efeitos humorísticos ou enfáticos. A ilustração e a ironia enfatizam o enredo de uma história ou acentuam um paradoxo ou perversão pertencente algum diálogo cultural e social. (Alan Male, 2019: 99)

A ilustração aliada ao humor atua de forma a que o feminismo seja acolhido com mais empatia e aceitação, apresentando uma perspetiva diferente da qual as pessoas são frequentemente deparadas, colocando em aberto a ideia e a intenção de uma determinada situação retratada, em que cada pessoa extrai a sua própria conclusão. O humor facilita a entrada da perspetiva feminista na sociedade e ao mesmo tempo proporciona a reflexão e o pensamento sobre circunstâncias que uma mulher possa ter experienciado e que sejam semelhantes às representadas nos postais.

Feminista à segunda

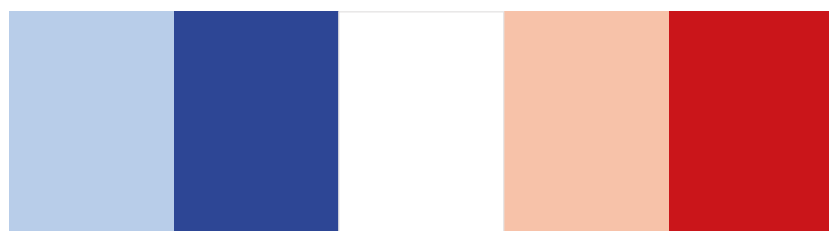
Feminista à segunda é o nome eleito para a coleção de 30 postais. Tal como os postais, o nome também remete ao lado cómico, pois foi aplicado o mesmo pensamento para o nome da série.

Feminista à segunda sugere duas interpretações. A primeira interpretação pode ser feminista à segunda porque não foi compreendido à primeira. Em segundo caso, pode tornar-se num nome irónico, ao pensarmos que significa feminista à segunda, como referência ao dia da semana. É irónico porque ser feminista não é uma escolha para um dia, mas sim o modo de ver e agir como busca da equidade.



Paleta de cores

A paleta de cores é constituída por azul, vermelho e branco, existindo uma variação mais clara das cores azul e vermelho. As cores foram seleccionadas a partir da ideia de azul para os meninos e rosa para as meninas, mas este rosa transformou-se em vermelho em forma de manifesto. A ideia é desconstruir o estereótipo das cores associadas ao sexo de cada pessoa, pois o projeto é centrado no quotidiano de uma mulher e se apoiássemos essa ideia, a cor azul não teria espaço no projeto.



#b9ceea #2b4696 #ffffff #f7c1a9 #cb171b

Caligrafia

Para o projeto foi necessário criar caligrafia constituída por letras maiúsculas e caligrafia manuscrita. Para a primeira desenhou-se todas as letras individualmente formando as palavras através da junção das mesmas. É maioritariamente utilizada nas falas das personagens. Para a segunda, foi desenhada especificamente para cada caso, ou seja, tal e qual como se fosse escrito à mão. Neste processo não existem letras iguais, mas sim semelhantes, sendo utilizada com mais frequência em frases com pensamentos da personagem principal.

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V X Z
Á Ã Ç É Ê Í Ó - ! ? , ~

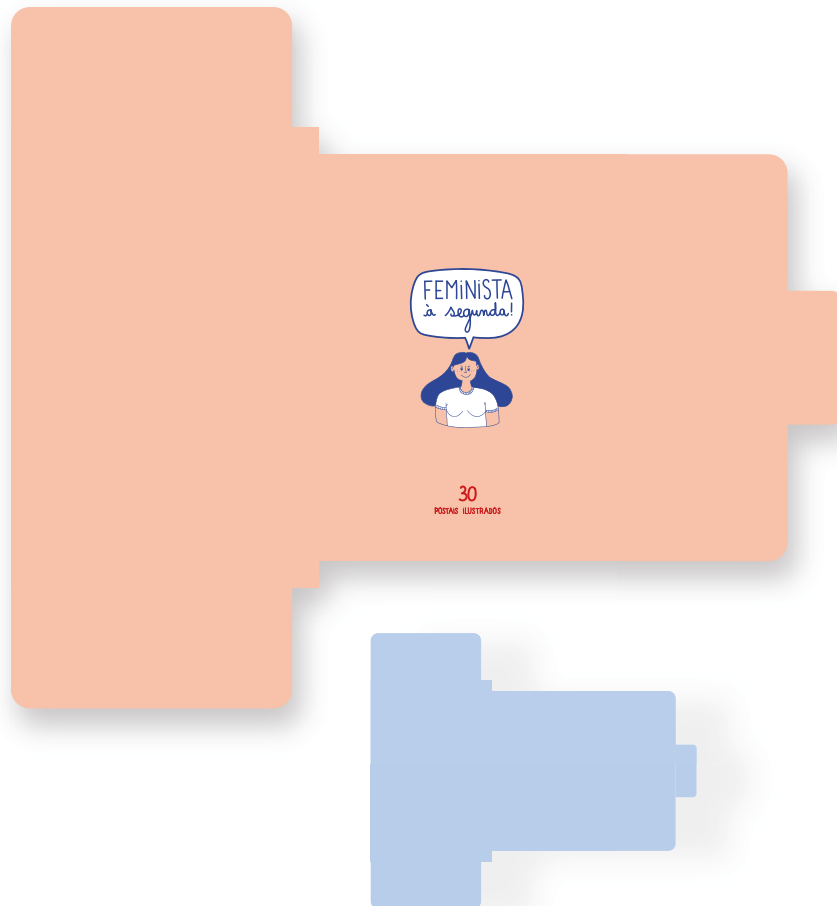
o + e -
só existem na
matemática!
todos somos +,
todos somos =,
ninguém é - !
(até porque nem rima)

$$\frac{\text{n.º de divisões da casa}}{\text{n.º de pessoas que moram nela}} = \text{tarefas para todos!}$$

O envelope que é caixa

Os postais, na maioria das vezes, estão acompanhados de um envelope. Para a série de postais seguimos essa linha de pensamento, atribuindo um envelope para o conjunto dos postais, ou seja, é um envelope comunitário que armazena a série de postais em conjunto.

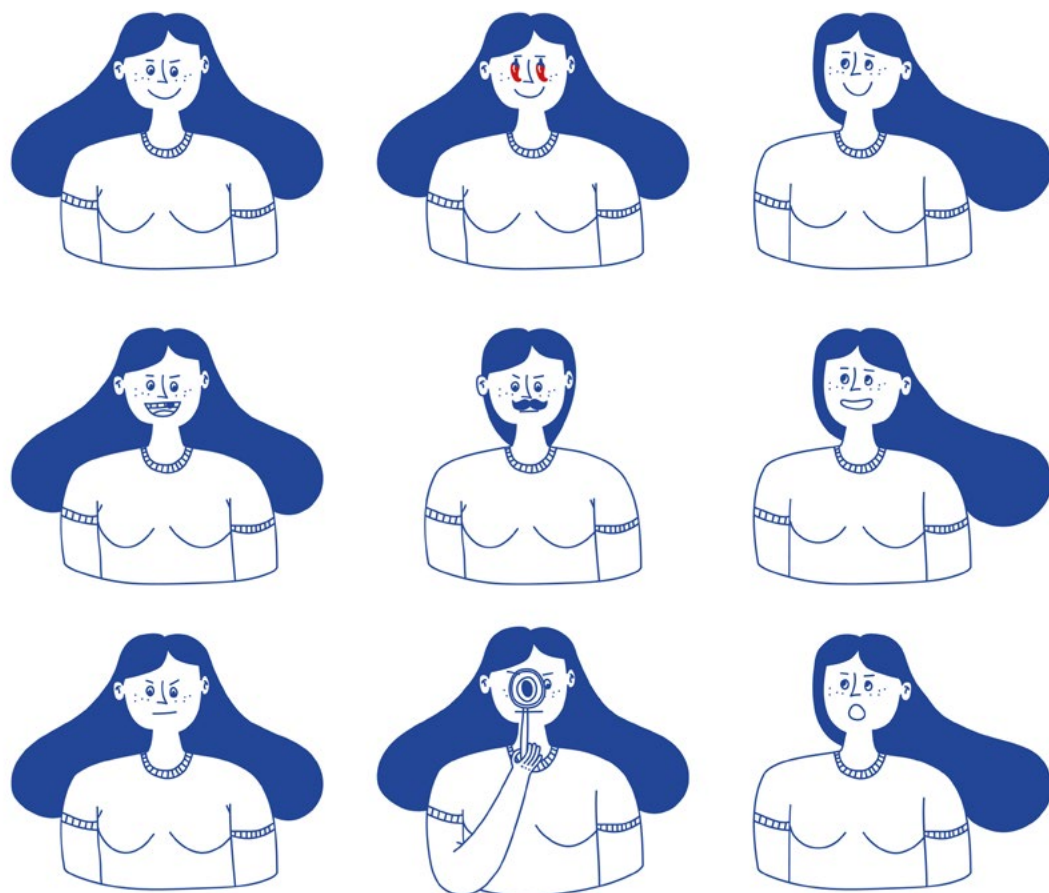
O envelope apresenta a cor vermelho claro no exterior e azul claro no seu interior.



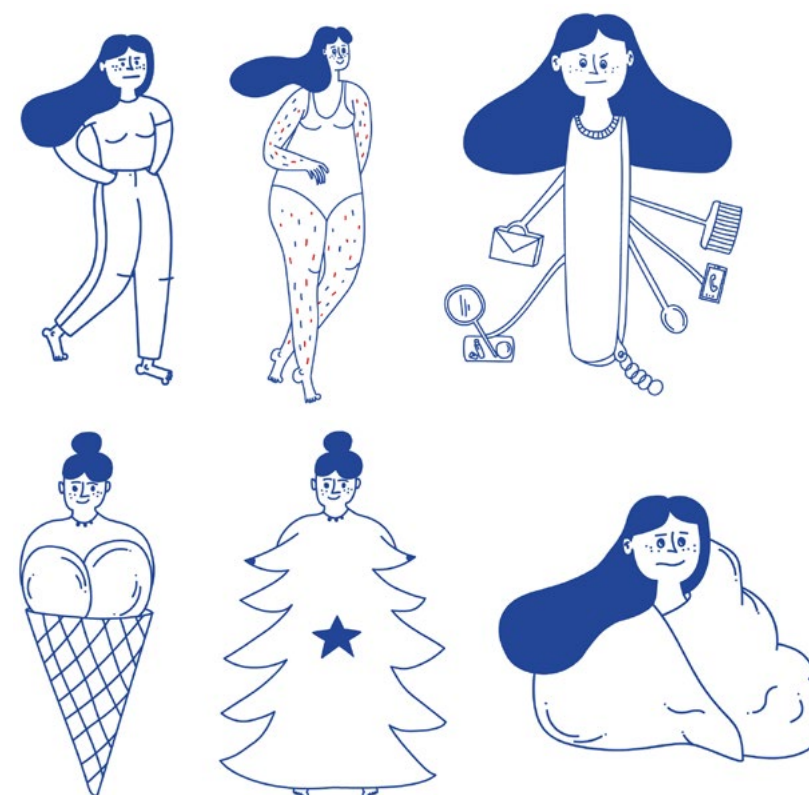
6.2.1 | As personagens

Na série de postais desenvolvidos, a mulher atua como a personagem principal, estando representada em diversas situações comuns do seu cotidiano. Apesar desses contextos, possivelmente ocorrerem em dias diferentes, a mulher encontra-se, na maioria das vezes, com a mesma roupa. O problema ou a origem destas situações nada têm a haver com o que esta tem vestido. Outra característica da personagem principal é a ausência da cor de pele real. A intenção não é a fuga do tema de etnicidade, pois o objetivo é mostrar que estes acontecimentos são comuns a todas as mulheres independentemente da sua origem, não esquecendo que as mulheres negras enfrentam ainda mais adversidades no seu cotidiano. Na impossibilidade de retratar todas as etnias, a mulher assume a mesma cor que o fundo do postal: azul claro ou vermelho claro, sendo que nenhuma corresponde a uma cor de pele real.





A mulher apresenta várias expressões de acordo com a situação retratada nos postais, por vezes espantada, irónica ou insatisfeita com a ocorrência.



A personagem também apresenta diversas formas de corpo para ironizar os padrões de beleza criados socialmente, tal como a mulher com pelos, em forma de gelado ou árvore de natal. A mulher multifacetada é um “clássico” que a sociedade patriarcal tenta impor, sendo representada através do canivete. A mulher também surge de t-shirt e calças de ganga, tal como no vídeo “10 Hours of walking in NYC as a woman” para retratar outras situações, em que a escrita criativa revela o lado humorístico.



A mulher, por vezes, também interage com o observador colocando uma questão. No entanto, estas perguntas contêm um lado irónico e cómico, por exemplo: “Se levantar muitas vezes a mesa, fico com mais músculos?” enquanto a personagem está a tentar levantar a mesa. O termo “levantar a mesa” é utilizado para arrumar a mesa após uma refeição e neste caso está a ser utilizado na sua forma literal para criar um ambiente cómico e descontraído, mas inconscientemente fazemos a ligação na nossa mente convidando à reflexão sobre o que ocorre na nossa casa, relativamente a quem executa as tarefas domésticas com mais frequência.

A personagem com quem esta interage não está visível para não eternizar estereótipos, sendo que não é o aspeto físico que define os ideais e crenças de uma pessoa. Então, quem pronuncia as frases provenientes do balão de fala que surgem na parte superior do postal e oriundos do exterior do espaço representacional, pode ser qualquer pessoa, independentemente do seu género, etnia ou classe. O propósito é dar visibilidade à forma como a personagem principal lida com as diferentes situações e não concentrar a atenção na personagem não representada.



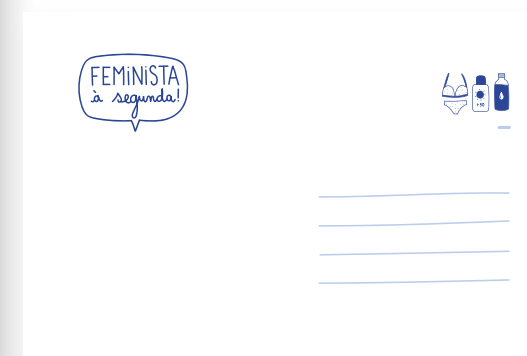
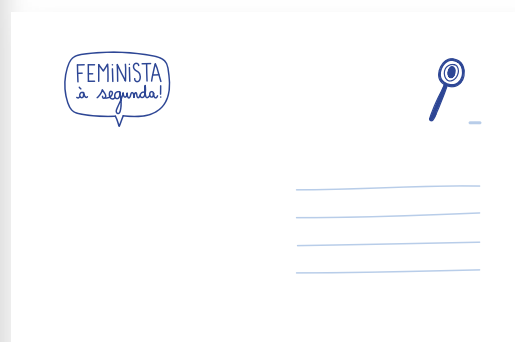
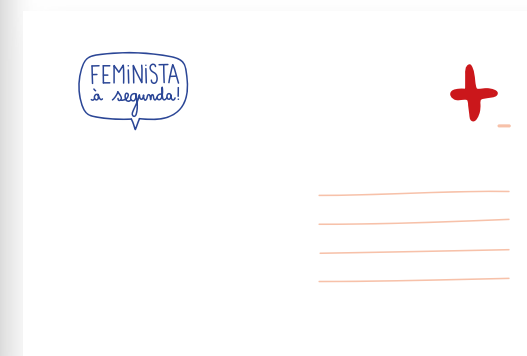
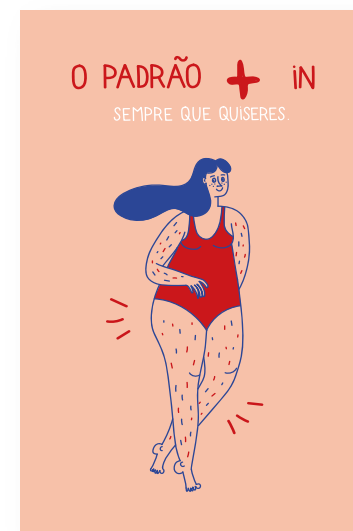
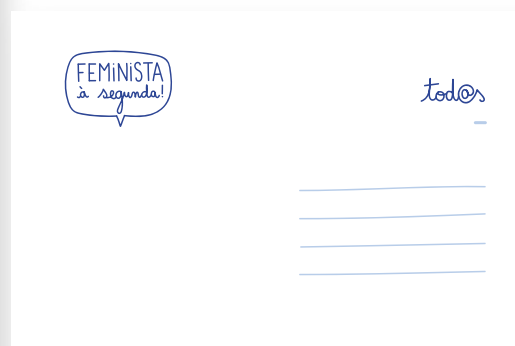
O personagem homem surge apenas em um postal. Este postal é sobre as tarefas domésticas, especificamente com o caso de lavar a loiça. O objetivo não é de transmitir que as tarefas são apenas para os homens, mas sim com o intuito de participarem mais neste trabalho e dividir de forma igual as tarefas domésticas. O personagem surge a ter uma ideia, que passa por “lavar a loiça na desportiva”.

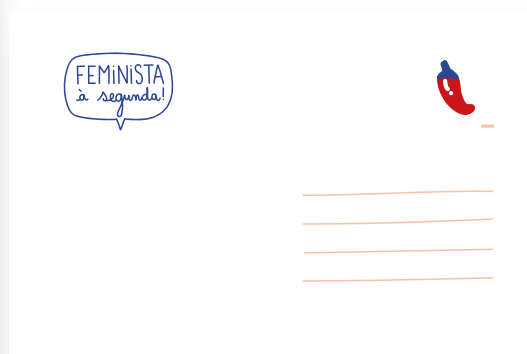
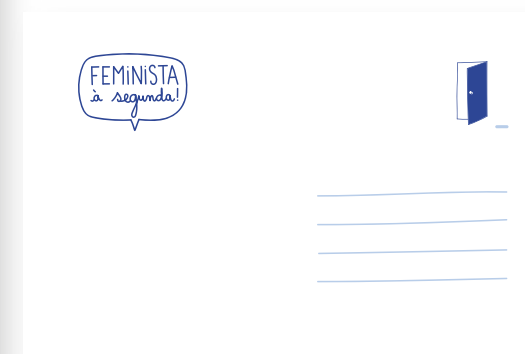
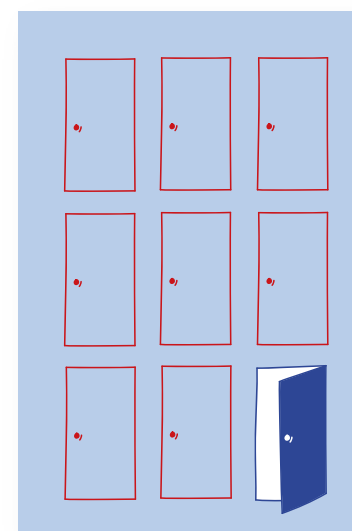
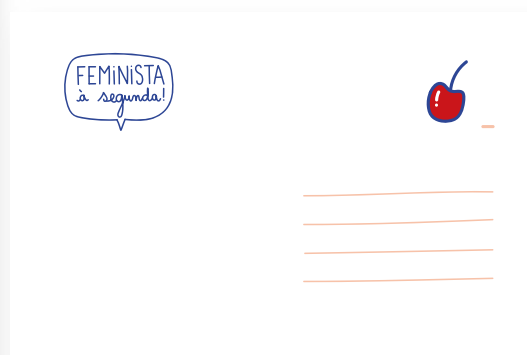
O ambiente

No que concerne ao ambiente em redor, este é omitido e não é claro na representação, devido ao facto da maioria das situações acontecerem em locais indiferenciados. Não existem sítios específicos para a desigualdade de género ou assédio, nem se desenrolam todos no mesmo espaço. Por este motivo, o local está ausente da representação para não condicionar e não colaborar com padrões de espaços seguros ou inseguros, como por exemplo num pensamento comum, não se espera que um profissional de saúde compactue com comportamentos sexistas, machistas ou racistas durante uma consulta. Mas numa ida a um bar é esperado que este tipo de comportamento seja mais frequente. Nesta série de postais, o objetivo é afastarmos-nos deste tipo de pensamento, dado que na realidade estas situações acontecem independentemente do ambiente.

6.3 | Feminista à segunda

0 + e -
 só existem na
 matemática!
 tod@s somos +,
 tod@s somos =,
 ninguém é - !
 (até porque nem rima)





SER FEMINISTA
É TER
AMOR-PRÓPRIO
E LUTAR
PELA EQUIDADE

FEMINISTA
à segunda!

EQUIDADE

ATÉ TENHO AMIGOS
QUE SÃO PRETOS.

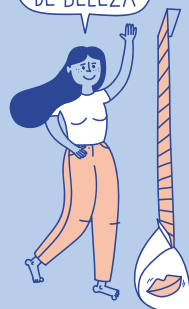
ALERTA
EPIDEMIOLÓGICO!



FEMINISTA
à segunda!



TENHO 1,80m
DE BELEZA



FEMINISTA
à segunda!

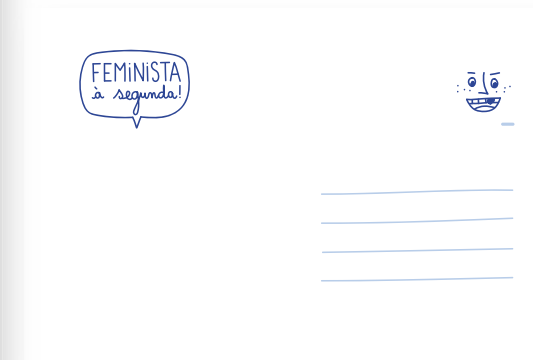
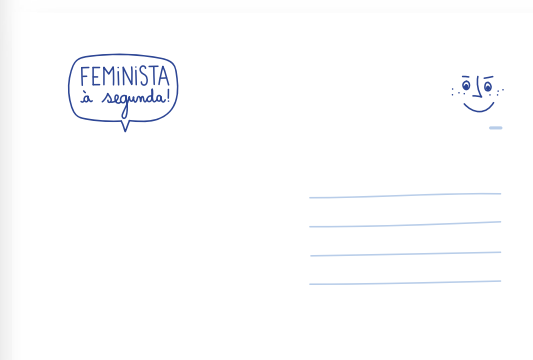
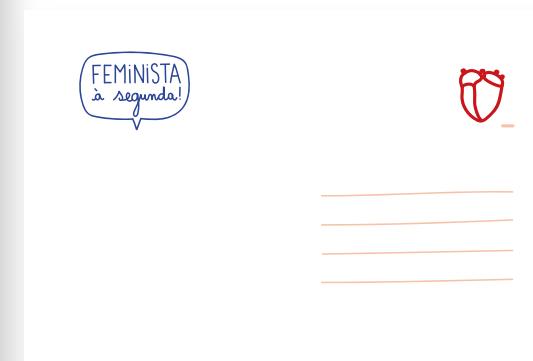
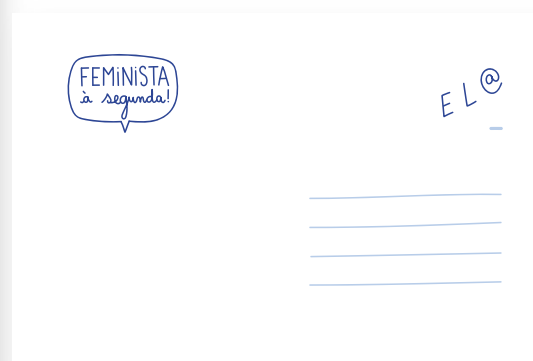


JÁ SEI COMO
LAVAR A LOIÇA
NA DESPORTIVA!



FEMINISTA
à segunda!

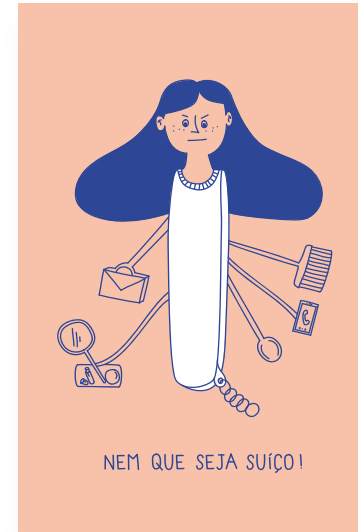




IDADE,
 1 palavra,
 5 letras,
 3 sílabas,
 e não tem limite.

FEMINISTA à segunda!

IDADE



FEMINISTA à segunda!

...



FEMINISTA à segunda!

MEDO

$$\frac{n^{\circ} \text{ de divórcios da casa}}{n^{\circ} \text{ de pessoas que moram nela}} = \text{tarefas para todos!}$$

FEMINISTA à segunda!

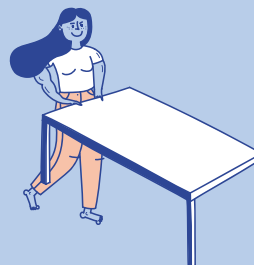
dividir

cuidar da casa
não é uma questão
de gênero,
é um gênero
de questão que
qualquer pessoa
deve cuidar.

FEMINISTA
à segunda!

casa

SE LEVANTAR
MUITAS VEZES
A MESA, FICO
COM MAIS
MÚSCULOS?



FEMINISTA
à segunda!



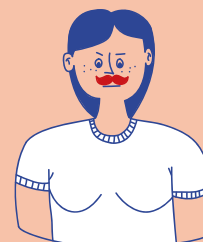
O JOGO
ESTÁ A
COMEÇAR



FEMINISTA
à segunda!

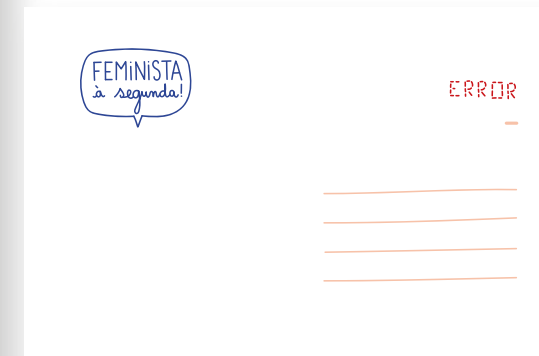
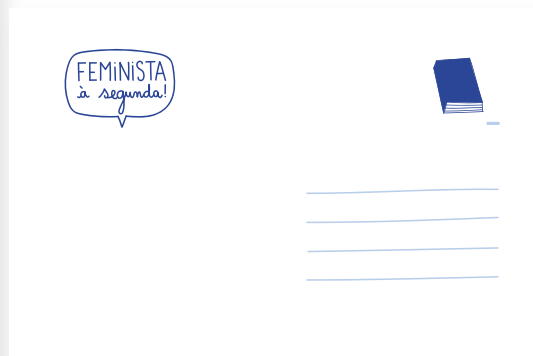
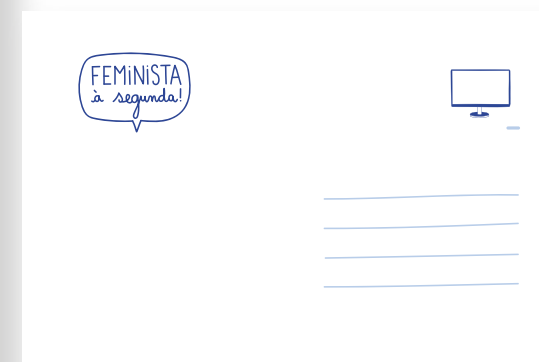
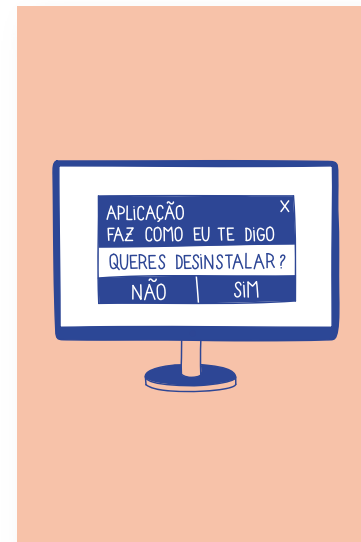
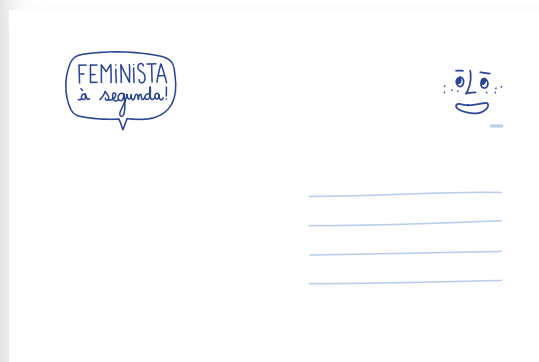


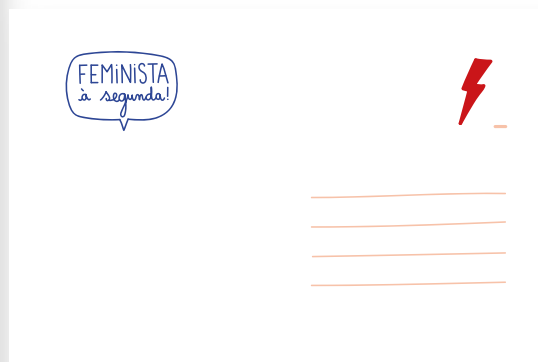
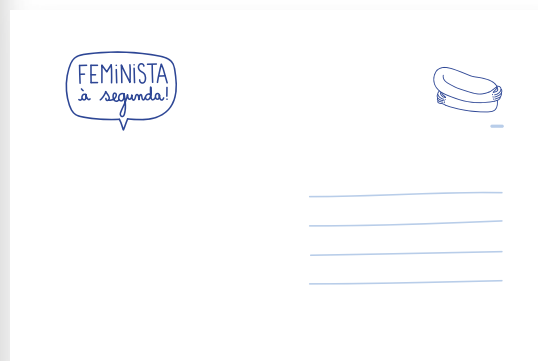
SERÁ QUE ASSIM
RECEBO MAIS?



FEMINISTA
à segunda!







7

Conclusão

7 | Conclusão

A presente dissertação procurou debater o lugar da mulher na sociedade patriarcal através da ilustração. A forma como a mulher foi reivindicando o seu lugar nas artes e no design, demonstrado pelo estudo da cultura visual e da sua relação com o feminismo, por um lado tem vindo a crescer os manifestos visuais realizados por mulheres, por outro lado parece que estes manifestos ainda não são os suficientes para criar mudanças à escala global, principalmente em países em desenvolvimento.

A análise da representação da mulher na ilustração foi um dos pontos centrais do estudo, como também para a criação do projeto prático. Foi essencial para compreender de que modo as diferentes linguagens gráficas originam formas emancipatórias para a visibilidade da mulher através de linguagens simplificadas e cores vibrantes. Esta análise procurou demonstrar que a ilustração possui ferramentas vantajosas para debater estas questões e explicitar que a ideia do feminino é uma construção social baseada na socialização de género, que surge como resultado do que culturalmente é esperado de "ser mulher". A utilização da ilustração para denunciar e expor situações abusivas que acontecem com as mulheres tem vindo a aumentar. Os(as) ilustradores(as) transmitem a mensagem através do seu trabalho, partilhando recorrentemente nas plataformas digitais como forma de protesto e de denúncia. As ilustrações criadas e difundidas nestas plataformas originaram uma onda feminista e transformaram-se em espaços de manifesto. Com as diferentes linguagens gráficas permitem a abertura a discursos mais livres que vão desmistificando situações do quotidiano da vida da mulher e reivindicando direitos e oportunidades iguais.

Para o projeto desenvolvido, temáticas como o corpo da mulher, o assédio, a opressão, as diferenças culturais e a interseccionalidade são apenas alguns dos aspetos urgentes a serem questionados e refletidos, uma vez que ainda existe muito trabalho a ser desenvolvido neste campo. No entanto, seria impossível explorar ao longo deste estudo todas as questões abrangidas pelo feminismo. A importância de continuar a debater sobre o movimento é comprovada, praticamente, todos os dias pelas notícias a que temos acesso. Estas notícias e os testemunhos reais são a principal razão pelo desenvolvimento deste projeto, que terá continuidade no trabalho pessoal que desenvolvo como ilustradora, difundindo em galerias e através do instagram. Esta rede social é utilizada por inúmeras pessoas e através desta é possível trabalhar a consciencialização dos problemas e proporcionar diálogos construtivos sobre o feminismo. Também permite abrir espaço de aceitação para a valorização da diferença entre as pessoas e a mensagem pode ser alcançada em diversos locais no mundo. O projeto também poderá ser adaptado para exposição em outras plataformas digitais e em espaços físicos.

O projeto gráfico desenvolvido resultou do exercício de leitura e da necessidade de criar um projeto que, de alguma forma, contribuísse para a mudança no modo de pensar e no discurso utilizado em relação ao corpo da mulher, assédio e interseccionalidade. Este projeto consistiu num ato de continuidade entre a ilustração e o feminismo, tornando-se portador de manifestos de mudança com o recurso à ironia e ao humor, de forma a consciencializar e integrar novas perspetivas na sociedade.

8

Referências

8 | Referências

Abc, 2019. *Interview mit Illustratorin Cécile Dormeau*. Obtido de Abc: <https://www.adc.de/2019/08/20/interview-mit-illustratorin-cecile-dormeau/>

Alemanly, Carme, 2009. *Assédio sexual* em Dicionário Crítico do Feminismo. São Paulo: Editora UNESP.

Allen, Amy, 2016. *Feminist Perspectives on Power*. Obtido de Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2016/entries/feminist-power/>

Alves, B., Pitanguy, J., 1985. *O que é feminismo*. Brasil: Abril Cultural.

Antigualla, M., 19 de abril de 2019. *Feminist illustrators that you must know*. Obtido de Donde Doré: <https://www.donedore.com/en/feminist-illustrators-that-you-must-know>

Bailey, A., Cuomo, C., 2008. *The feminist philosophy reader*, 1.ªed New York: McGraw-Hill.

Banet-Weiser, Sarah, 2015. "Confidence you can carry!": *Girls in crisis and the market for girls' empowerment organizations* em Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, Vol. 29, No. 2, 182–193, <http://dx.doi.org/10.1080/10304312.2015.1022938>

Bartky, Sandra, 1998. *Foucault, femininity, and the modernization of patriarchal power* em *The social construction of women's bodies*. New York: Oxford University Press.

Bartky, Sandra, 2008. *On psychological oppression* em *The feminist philosophy reader*, 1.ªed. New York: McGraw-Hill.

Bates, Laura, 2013. *Everyday sexism em TEDxConvent Garden Women*. Obtido de TED: https://www.ted.com/talks/laura_bates_everyday_sexism/up-next

Bauman, Z., 2005. *Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi*.

Berger, J., 2006. *Modos de ver*. Coimbra: Edições 70.

Butler, J., 2008. *Performative acts and gender constitution: an essay in phenomenology and feminist theory em The feminist philosophy reader*, 1.ªed New York: McGraw-Hill.

Cahill, Ann, 2008. *A Phenomenology of Fear: The Threat of Rape and Feminine Bodily Comportment em The Feminist Philosophy Reader*, 1.ªed. New York: McGraw-Hill.

Cobo, R., 2005. *Globalización y nuevas servidumbres de las mujeres*. Obtido de Mujeres em Red – El periódico feminista: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article385>

Coleman, Arica, 29 de março de 2019. *What's intersectionality? Let these scholars explain the theory and its history*. Obtido de Time: <https://time.com/5560575/intersectionality-theory/>

Conley, Julia, 5 de março de 2020. *UM women imagines "Equiterra", a new utopian world where gender equality reigns*. Obtido de Common Dreams: <https://www.commondreams.org/news/2020/03/05/un-women-imagines-equiterra-new-utopian-world-where-gender-equality-reigns>

Delacote, Loise (s.d.). *Les Crocodiles sont toujours là: la BD sur les sexistes et prédateurs sexuels revient!* Obtido de Cosmopolitan: <https://www.cosmopolitan.fr/les-crocodiles-sont-toujours-la-la-bd-sur-les-sexistes-et-predateurs-sexuels-revient,2033121.asp>

Entre, Podcast Programa, 2020. Juliana Notari. Brasil.

Essed, Philomena, 2008. *Everyday racism em Encyclopedia of race and racism*, v.1, USA: The Gale Group.

Ferber, Abby, 1999. *Constructing whiteness em Racism*, 1.ªed New York: Oxford University Press.

Frye, Marilyn, 2008. *Oppression em The Feminist Philosophy Reader*, 1.ªed. New York: McGraw-Hill.

Gill, Rosalind, maio/ Agosto de 2017. *We don't just want more cake, we want the whole bakery!* (C. Matos, Entrevistador)

Hall, S., 2006. *A Identidade cultural na pós-modernidade*, 11a. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora.

Hansen, Jennifer, 2018. *Continental Feminism*. Obtido de Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2018/entries/femapproach-continental/>

Hartley, J., 2004. *Communication, cultural and media studies*, 3ª.ed. London: Taylor & Francis.

History.com Editors, 20 de novembro de 2019. *Feminism*. Obtido de History: <https://www.history.com/topics/womens-history/feminism-womens-history/>

Hooks, Bell, 2000. *Feminism for everybody: passionate politics*. Canada: South End Press.

Joly, M., 2007. *Introdução à análise da imagem*. Lisboa: Edições 70.

Kezkallah, Eli (s.d.). *In a parallel universe*. Obtido de Eli Kezkallah: <http://www.elirezkallah.com/inaparalleluniverse>

Kress, G., Leeuwen, T., 2006. *Reading images: the grammar of visual design*, 2a. ed. NY: Routledge.

Lennon, Kathleen, 2019. *Feminist perspectives on the body*. Obtido de Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2019/entries/feminist-body/>

Lewis, Aura, 2020. *The illustrated feminist*. New York: Abrams.

Lupton, E. 2012. *Mujeres en el diseño gráfico*. Obtido de Typotheque: https://www.typotheque.com/articles/mujeres_en_el_diseno_grafico

Male, Alan, 2007. *Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*. Switzerland: AVA Publishing SA.

Male, Alan, 2019. *A companion to illustration*. USA: John Wiley & Sons, Inc.

Male, Alan, 2019. *The power and influence of illustration*. New York: Bloomsbury Visual Arts.

Magasin, 29 de maio de 2018. *Intervju: ilustrator Cécile Dormeau til european design festival*. Obtido de Grafill: <https://www.grafill.no/magasin/intervju-illustrator-cecile-dormeau-til-european-design-festival>

McAfee, Noëlle, 2018. *Feminist philosophy*. Obtido de Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2018/entries/feminist-philosophy/>

Mendes K., Ringrose J., Keller J., 2019. *Digital feminist activism: girls and women fight back against rape culture*. New York: Oxford University Press.

Mirzoeff, N., 2002. *The Visual Culture Reader*, 2.ªed. London: Routledge.

Mirzoeff, N., 2015. *How to see the world*. UK: Penguin Books LTD.

Mikkola, Mari, 2019. *Feminist Perspectives on Sex and Gender*. Obtido de Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2019/entries/feminism-gender/>

Moura, M., 2018. *O Design que o Design não vê*, 1a. ed. Lisboa: Orfeu Negro.

Nochlin, L., 1971. *Why have there been no great women artists?* em Artnews.

Nogueira, Conceição, 2001. *Feminismo e discurso do gênero na psicologia social*. *Psicologia & sociedade: revista da associação brasileira de psicologia social*. Obtido em RepositórioUM: <http://hdl.handle.net/1822/4117>

Oyèwùmí, O., 2008. *Visualizing the body: western theories and African subjects* em *The feminist philosophy reader*, 1.ªed New York: McGraw-Hill.

Rogoff, I., 2008. *Studying visual culture* em *The feminist philosophy reader*, 1.ªed New York: McGraw-Hill.

Rose, G., 2001. *Visual methodologies*. London: SAGE Publications Ltd.

Rogoff, I., 2002. *Studying Visual Culture* em *The Visual Culture Reader*, 2.ªed. London: Routledge.

Rubin, Gayle, 2008. *The Traffic in Women: notes on the "political economy" of sex* em *The feminist philosophy reader*, 1.ªed New York: McGraw-Hill.

Rubio, S., 2017. *Sheila Levrant Bretteville y la influencia del feminismo en el diseño gráfico*. Valencia.

Sanchez, Gabriel, 2017. *11 Posters feministas cheios de mensagens inspiradoras e de empoderamento*. Obtido de Buzz Feed: <https://buzzfeed.com.br/post/11-posteres-feministas-cheios-de-mensagens-inspiradoras-e-de-empoderamento>

Sau, Victoria, 2000. *Diccionario ideológico feminista I*, 3ª.ed. Barcelona: Icaria.

Schutte, O., 2008. *Feminism and globalization processes in Latin America* em *The feminist philosophy reader*, 1.ªed New York: McGraw-Hill.

Spelman, Elizabeth, 2008. *Gender & Race: The Ampersand Problem in Feminist Thought* em *The Feminist Philosophy Reader*, 1.ªed New York: McGraw-Hill.

Streeten, Nicola, 2020. *A theory of feminist visual humour em UK feminist cartoons and comics: A critical survey*. London: Palgrave Macmillan.

The Corner Zine (s.d.) *Interview Egle Zvirblyte*. Obtido de The Corner: <https://www.thecorner.com/en-us/egle-zvirblyte.html>

Varela, Nuria, 2008. *Feminismo para principiantes*, 1.ªed. Barcelona: Ediciones B, S.A.

Varella, Paulo, 12 de abril de 2020. *O que é o feminismo?*. Obtido de Arte|Ref: <https://arteref.com/feminismo/o-que-e-o-feminismo/>

Ways of Seeing, Episódio 1. 1972. [Filme] Realizado por Mike Dipp, Jonh Berger. s.l.: s.n. <https://www.youtube.com/watch?v=RqCaIStNL6c>

Whisnant, Rebecca, 2017. *Feminist Perspectives on Rape*. Obtido de Stanford Encyclopedia of Philosophy Archive: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2017/entries/feminism-rape/>

Wolf, Naomi, 1992. *O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco.

Women, UM, 3 de março de 2020. *Welcome to Equiterra, where gender equality is real*. Obtido de UN Women: <https://un-women.medium.com/welcome-to-equiterra-where-gender-equality-is-real-6fc-832c383fe>

Zecchetto, Victorino, 2002. *La imagen visual em La danza de los signos: Nociones de semiótica general*. Casilla: Abaya - Yala.

Zecchetto, Victorino, 2002. *Lo dado, lo creado y adquirido em La danza de los signos: Nociones de semiótica general*. Casilla: Abaya - Yala.

Zeegen, Lawrence, 2009. *What is Illustration?* 1.ªed United Kingdom: Rotovision.

Zunzunegui, Santos, 1994. *Pensar la imagen*. Catedra/ Universidad del País Vasco

9

Anexos

9 | Anexos

Bell Hooks

Gloria Jean Watkins, conhecida pelo pseudónimo Bell Hooks, é feminista e ativista social. O seu trabalho centra-se na interseccionalidade de etnia, género e classe social e nos modos como estas categorias produzem e perpetuam sistemas de opressão e dominação, reforçando a estrutura capitalista patriarcal.

Elisabeth Spelman

Professora de humanidades e de filosofia que manifestou o seu interesse no feminismo racial crítico.

Irit Rogoff

Rogoff é escritora, teórica professora e curadora. O seu trabalho incide sobre a cultura visual, arte contemporânea, questões de colonialismo, e culturas de educação e género. É uma das fundadoras do campo transdisciplinar da cultura visual.

Judith Butler

Butler, filósofa e ativista política, é a mais destacada feminista americana da atualidade. O seu trabalho foca-se nas teorias sobre a natureza performativa de género e sexo, na teoria cultural e na teoria *queer*. “*Gender Trouble*” é a sua obra mais conhecida e que também foi relevante para o estudo desta dissertação.

Linda Nochlin

Historiadora de arte americana, professora e escritora. O seu mais conhecido artigo “*Why have there been no great women artists?*” foi importante para compreendermos sobre mulhe-

res artistas e o papel do feminismo na história da arte. A autora afirma que não existem grandes artistas mulheres não porque foram esquecidas pela história, mas por causa da formação desigual disponível para as mulheres e instituições de arte do mundo.

Naomi Wolf

Wolf é jornalista e escritora americana. O seu livro “O Mito da Beleza” que aborda a beleza como uma exigência social que recai sobre a mulher, tornou-se numa referência para o movimento feminista. A análise do seu livro foi fundamental para o tema libertação do corpo feminino, mencionado no capítulo 3 deste estudo.

Nicholas Mirzoeff

É um ativista visual que trabalha sobre a teoria da cultura visual e na interseção entre a política e a cultura visual. É considerado um dos fundadores da cultura visual como um campo de estudo. A sua obra “*How to see the world*” foi essencial para compreender a forma como vemos o que nos rodeia, abordado no capítulo 2.

Rosa Cobo

Cobo, investigadora, docente e ativista, é uma feminista espanhola, em que aborda sobretudo acerca de teorias feministas e sociologia de género. Para a dissertação foi importante procurar compreender a relação entre a globalização e o feminismo.

Rosalind Gill

A autora britânica é socióloga e teórica cultural feminista. O seu trabalho é interdisciplinar, visto que abrange a sociologia, a psicologia, media e comunicação e estudos de género e sexualidade.

Sandra Bartky

Professora de filosofia e género e estudos sobre as mulheres. A feminista aborda questões relacionadas com o corpo e a obsessão em possuir um corpo perfeito, devido ao facto de estarmos rodeados de imagens através da publicidade. Também aprofundou as diferenças entre as mulheres por classe, etnia e entre países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Stuart Hall

Hall foi um teórico cultural, sociológico britânico-jamaicano e ativista pela justiça étnica, tornando-se referência na academia. “A identidade cultural na pós-modernidade” foi a obra que auxiliou para o estudo de questões de identidade no capítulo 2 da dissertação.

