

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ - CESUMAR

DÂMARIS LERIANE IORI PEREIRA

**INDÚSTRIA CULTURAL & ARTE: ANÁLISES CONTEMPORÂNEAS DAS
OBRAS DE FRIDA KAHLO**

**MARINGÁ
2009**

DÂMARIS LERIANE IORI PEREIRA

**INDÚSTRIA CULTURAL & ARTE: ANÁLISES CONTEMPORÂNEAS DAS
OBRAS DE FRIDA KAHLO**

Monografia apresentada ao Centro
Universitário de Maringá, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social Publicidade e
Propaganda. Orientação: Professor
Mestre Reginaldo Aliçandro Bordin.

**MARINGÁ
2009**

DÂMARIS LERIANE IORI PEREIRA

**INDÚSTRIA CULTURAL & ARTE: ANÁLISES CONTEMPORÂNEAS DAS
OBRAS DE FRIDA KAHLO**

Monografia apresentada ao Centro Universitário de Maringá, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social Publicidade e Propaganda.
Orientação: Professor Reginaldo Aliçandro Bordin.

BANCA EXAMINADORA

Orientador:

Prof. Ms. Reginaldo Aliçandro Bordin
CESUMAR – Centro Universitário de Maringá

Membro:

Prof. Ms. Cleverson Silva
CESUMAR – Centro Universitário de Maringá e
UEM - Universidade Estadual de Maringá

Membro:

Fernando Pace
Diretor de Arte da Agência Jump

À minha mãe, por me gerar, educar e
me apoiar por toda a vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha mãe, pelo amor e apoio incondicional em todas as dificuldades da minha vida e pelo suporte financeiro e emocional dados durante os anos de estudos. Sem o seu apoio, este trabalho não seria possível.

À minha irmã, por ter me incentivado à leitura e à busca de conhecimento constante.

Às amigas Natália Reis e Thais Gomes pelo suporte, bibliográfico, financeiro e emocional, prestados.

A todos os meus professores, do Cesumar (Maringá – PR) e da Faculdade Assis Gurgacz (Cascavel – PR) – onde iniciei o curso – por terem ensinado e incentivado o conhecimento em Comunicação Social. Agradeço ao professor Reginaldo Bordin, por ter orientado este trabalho.

Em especial, quero agradecer à Professora Dra. Patrícia Marcondes de Barros, por ter me incentivado na área teórica comunicacional desde o primeiro ano de graduação, por ser a orientadora inicial deste trabalho, por ter dado contribuições sobre a definição do tema, dos assuntos abordados e da bibliografia, e também pelos nossos diálogos, que me proporcionaram um esclarecimento maior sobre a pesquisa.

“E sem dúvida o nosso tempo...
prefere a imagem à coisa, a cópia ao
original, a representação à realidade,
a aparência ao ser... O que é
sagrado para ele, não é senão a
ilusão, mas o que é profano é a
verdade.

Melhor, o sagrado cresce a seus
olhos à medida que decresce a
verdade e que a ilusão aumenta, de
modo que para ele o cúmulo da
ilusão é também o cúmulo do
sagrado

FEUERBACH, 1841, prefácio 2º
edição.

RESUMO

O presente estudo tem como tema a utilização das obras de arte da artista mexicana Frida Kahlo (1907-1954) como produto da indústria cultural. Este trabalho busca apontar os paradoxos ideológicos, baseado no conceito de Thompson acerca da ideologia, que surgem ao comparar as mensagens veiculadas - com fins mercadológicos, que referenciam a artista ou sua pintura - com o conteúdo essencial e original de suas obras de arte. Para tanto partiremos do referencial teórico utilizado pela Escola de Frankfurt, que estudou a transformação da arte em mercadoria. No decorrer do trabalho, tendo como base o contexto de vida e obra da artista, o estudo tem como objetivo compreender e investigar como suas obras foram esvaziadas de sua essência original ao serem referenciadas na divulgação de produtos criados pela comunicação de massa no século XX e XXI. Buscaremos também, solucionar o problema da imposição da cultura alheia, principalmente norte-americana e européia, através da mídia, apontando alguma forma de minimizar esta imposição.

O método utilizado será o qualitativo, pois se norteará por meio de fontes bibliográficas (teóricas e informativas), biográficas e fontes documentais (obras da artista e apropriações da indústria cultural).

Palavras-chave: Arte, Indústria Cultural, Publicidade e Propaganda, Frida Kahlo.

ABSTRACT

This study features the use of works of art by Mexican artist Frida Kahlo (1907-1954) as a product of the culture industry. This paper tries to point out the paradoxes ideological, based on Thompson's concept of ideology, which arise when comparing the messages conveyed - by way of marketing, referring to the artist and his painting - the essence of their original works of art. To this end we will consider the theoretical framework used by the Frankfurt School, who studied the transformation of art into merchandise. During the work, based on the context of life and work of the artist, the study aims to understand and investigate how their works were emptied of their original essence to be referenced in the disclosure of products created by the mass media in the twentieth century and XXI. We will seek to also address the imposition of alien culture, mainly North America and Europe, through the media, pointing a way to minimize this charge.

The method used will be qualitative, as will be guided through literature sources (lectures and informational), biographical and documentary sources (works of artist and appropriation of the cultural industry).

Key-words: Art, Culture Industry, Advertising, Frida Kahlo.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 ENTRE O SAGRADO E O PROFANO: ARTE, INDÚSTRIA CULTURAL E PUBLICIDADE	14
2 ARTE/VIDA/OBRA DE FRIDA KAHLO: ALCANCES E DESAFIOS	25
3 APROPRIAÇÕES E REPRODUTIBILIDADE: INTERLOCUÇÕES DA OBRA DE FRIDA COM A CONTEMPORANEIDADE	36
3.1 DESFILE DO ESTILISTA CHRISTIAN LACROIX.....	36
3.2 LEILA JAMACARU: SENSUALIDADE E EXPOSIÇÃO DO FEMININO.....	39
3.3 REVISTA HARPERS BAZAAR, DUJOUR MAGAZINE, REVISTA CRIATIVA E O ESTILISTA JEAN PAUL GAUTIER: O PADRÃO DE BELEZA NORTE-AMERICANO INTRÍNSECO EM REFERÊNCIAS À ARTISTA FRIDA KAHLO.....	42
3.4 FRIDA KAHLO CORPORATION: ALL STAR INSPIRADO EM FRIDA.....	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
ANEXOS	56
REFERÊNCIAS	62

INTRODUÇÃO

O tema deste estudo é a análise da utilização de referências às obras de arte de Frida Kahlo, nos veículos da indústria cultural, como produto passível de venda. Como objetivo, pretende-se compreender o processo de esvaziamento de conteúdo e essência cultural e, principalmente política, das obras da artista; bem como o paradoxo ideológico - tendo como base o conceito de ideologia de Thompson - que ocorre ao fazer a comparação das mensagens veiculadas na indústria cultural, que referenciam a artista ou sua obra na divulgação de produtos, com o conteúdo ideológico original transmitido pela artista em suas pinturas e atitudes. Buscaremos também, apontar alguma forma de minimizar a imposição da cultura alheia, principalmente norte-americana e européia, através da mídia.

Para melhor compreensão do tema, faz-se necessário a delimitação do surgimento da sociedade de consumo através do fortalecimento do capitalismo, com a Revolução Industrial e, posteriormente a comunicação de massa e Indústria Cultural, que será brevemente explicitada a seguir.

Conforme Marques (2005), a Indústria Cultural só foi possível devido à sociedade de consumo, só verificada após a Revolução Industrial, que teve seu início nos meados do século XVIII na Inglaterra, e possibilitou a finalização da passagem do sistema feudal ao sistema capitalista. Ela modificou a forma de produção, passando de manufatura para mecanização. Através disto, foi possível a produção em massa, em larga escala, gerando mais lucros às indústrias. Com o acúmulo de capital, a indústria capitalista/monopolista se avança e as modificações atingem abruptamente o âmbito social, gerando, conforme Marcuse (1967), os fenômenos de reificação¹, alienação² e ausência de crítica social.

¹ A reificação ou coisificação é um processo que ocorre nas sociedades industriais, onde o valor (seja de pessoas, relações inter-humanas, objetos, instituições) apresenta-se à consciência humana como valor, sobretudo econômico, como valor de troca. Desta forma, tudo passa a ser tratado, primeiramente, como mercadoria. Na sociedade onde ocorre tal mecanismo, as relações sociais ocorrem como relações entre coisas. O homem como ser, bem como sua consciência, são reduzidas à coisa. (MARCUSE, 1967).

E é na segunda metade do século XIX que percebemos os fenômenos, acima citados, surgirem na sociedade como consequência da industrialização e da sociedade capitalista liberal. A reificação e a alienação são frutos da sociedade de consumo e dos meios de comunicação de massa, que, segundo Coelho (2003), surgem com o romance de folhetim, o teatro de revista, a opereta e o cartaz (massificação da pintura).

Explicando melhor a cultura a comunicação de massa, MacDonald (2003 apud COELHO) aponta a divisão pejorativa de formas de cultura em: superior (erudita), média (remete aos pequeno-burgueses) e a de massa, que não é tida como cultura por MacDonald, pois é apenas consumida, não é criada ou sequer questionada por este grupo que a consome. Portanto, segundo Coelho (2003), a última cultura citada tem como função característica inebriar o indivíduo por meio do divertimento, distanciando-o da realidade, reforçando normas sociais e promovendo o conformismo frente à situação social vigente. Visando o enfoque à temática escolhida, nos cabe aqui tratar somente dos teóricos da Escola de Frankfurt, no que se refere aos estudos críticos da comunicação de massa e da indústria cultural ³.

Buscaremos, no decorrer deste trabalho, explicitar como ocorre a inebriação, o conformismo social o esvaziamento cultural e histórico quando o indivíduo é exposto à mensagens ideológicas veiculadas nos meios de comunicação de massa. Para isto, será utilizado como objeto de estudo, as obras de arte da pintura mexicana Frida Kahlo como produto da indústria cultural, apontando os paradoxos ideológicos políticos que surgem ao comparar as mensagens veiculadas nos meios de comunicação de massa

² Após o capitalismo, as transformações históricas são minimizadas, devido à ausência de conflito entre as classes sociais. Com a falta de transformações, a crítica é altamente abstraída, e a tecnologia introduz novas formas de controle e coesão social. A indústria cultural é ainda mais ideológica e carregada de conceitos que alienam o sujeito que, agora, encontra dificuldades em refletir sobre os conceitos ideológicos recebidos, pois se vislumbra com os avanços tecnológicos. (MARCUSE, 1967).

³ Há teorias que afirmam que o indivíduo, receptor das mensagens dos meios de comunicação de massa, não é um ser inanimado e, portanto, não pode ser totalmente manipulado. As teorias a favor da massificação da mídia apontam pontos positivos que esta traz ao sujeito e à sociedade.

(com fins mercadológicos e que referenciem a artista ou sua pintura), com o conteúdo da essência original de suas obras.

Para tanto, no primeiro capítulo apresenta-se um breve esclarecimento sobre o conceito de ideologia como ferramenta que estabelece e mantém relações de dominação; explicaremos também o conceito de indústria cultural. O objetivo deste capítulo é relacionar a obra de arte - quando esta é referida em divulgações publicitárias, por meio de comunicação ideológica nos veículos da comunicação de massa - com o conceito de indústria cultural. Para isto, apontaremos as conseqüências da indústria cultural para a sociedade e também o conceito de prazer e sexualidade definido por Marcuse. Pois, segundo o mesmo, a sexualidade é utilizada como um intermédio, nos veículos da comunicação de massa, para perpetuar a reificação e o conformismo social. Seguidamente, faremos um breve esclarecimento do conceito de arte e sua aura e sacralidade, que foram estudadas por Benjamin. E concluindo, será feita uma breve definição de Publicidade. Esta correlação da arte, da publicidade e dos efeitos da indústria cultural, será útil para a compreensão das análises feitas no quarto capítulo.

O segundo capítulo é dedicado - baseado na pesquisa informativa, biográfica e documental da obra de Kettenmann (1994) sobre Frida Kahlo - à um breve resumo da vida da artista e de sua obra, bem como o conteúdo cultural nela contida, relatando fatos que são pertinentes ao tema do trabalho. Este resumo é acompanhado de dois aspectos: inicialmente se apresentam algumas colocações sobre o aspecto estético de sua obra - que passa por modificações e revela questões pessoais e emocionais da artista - e posteriormente é enfatizado o aspecto político, voltado ao comunismo. Por meio destas observações, pretende-se obter conhecimento do conteúdo cultural de suas obras e como este conteúdo influencia e difunde a atividade política da artista.

No terceiro capítulo será feita uma análise, baseado no conceito de ideologia de Marcuse e de Thompson - da utilização das obras da artista referida, em divulgações publicitárias de produtos inspirados na mesma. Concluiremos este capítulo com a conseqüência da utilização das obras de

Frida como produto mercadológico: o esvaziamento simbólico de significação e a perda da aura descrita por Benjamin.

Então serão feitas as considerações finais, os anexos e as referências.

1 ENTRE O SAGRADO E O PROFANO: INDÚSTRIA CULTURAL, ARTE E PUBLICIDADE.

A produção em larga escala foi possível apenas após a passagem do sistema feudal para o sistema capitalista, onde a forma de produção passou de manufatura para mecanização e possibilitou mais lucros às empresas e indústrias, gerando um acúmulo de capital após a Revolução Industrial, e o advento da comunicação de massa e da sociedade de consumo. A forma organizacional da sociedade é modificada, bem como sua cultura, sua forma de interpretar conteúdos, e se identificar coletiva e individualmente.

Para Adorno (2002) os meios de comunicação de massa passam a comunicar ideologicamente. A cultura é banalizada, pois se torna uma indústria de negócios, é produzida em série, diminuindo as diferenças, simplificando conceitos e produtos, e difundindo gostos padronizados. O público sofre uma categorização hierárquica, baseada na renda, onde os consumidores são divididos em grupos e devem se comportar segundo seu nível, e consumir os produtos em massa que foram feitos para o seu estereótipo.

A indústria cultural se mantém por meio da diversão, onde “o prazer congela-se no enfado, pois que, para permanecer prazer, não deve exigir esforço algum, daí que deva caminhar estreitamente no âmbito das associações habituais.” (ADORNO, 2002, p. 31). E neste contexto, todas as ações que implicam reflexões são evitadas.

Sobre a ideologia difundida nos veículos da Indústria Cultural, o autor sentencia:

[...] em um mundo onde a educação é um privilégio e o aprisionamento da consciência impede de toda maneira o acesso das massas à experiência autêntica das formações espirituais, já não importam tanto os conteúdos ideológicos específicos, mas o fato de que simplesmente haja algo preenchendo o vácuo da consciência expropriada e desviando atenção do segredo conhecido por todos. (ADORNO, 2002, p. 94).

Segundo o autor, “hoje ‘ideologia’ significa sociedade enquanto aparência”. (ADORNO, 2002, p. 95).

Thompson (1995) se aprofunda no conceito de ideologia e a correlaciona com os meios de comunicação de massa, onde a ideologia é um mecanismo de controle social nas sociedades modernas, que vem a difundir idéias dos grupos dominantes, manipulando a consciência dos grupos dominados. O autor adota um conceito crítico de ideologia. Baseado na concepção polêmica de Marx e em outras concepções, ele reformula seu contexto destacando as formas como esta serve para estabelecer e sustentar relações de poder. Este enfoque nos leva à análise das formas simbólicas mercantilistas difundidas pelos meios de comunicação de massa a um grupo de receptores que cresce cada vez mais. Este processo é definido por Thompson como “mediação da cultura moderna”. Neste contexto, as formas simbólicas sofrem, segundo o autor, o distanciamento espaço-temporal. Isto é, elas se distanciam do seu contexto original, tanto em questão de espaço como em tempo, e são inseridas em novas concepções para que sejam acessíveis a um grande número de receptores. A partir disto, Thompson (1995) estabelece cinco maneiras gerais em que a ideologia opera:

- **Legitimação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e mantidas por serem representadas como legítimas, justas, dignas de apoio e concordância. Uma estratégia para isto é a *racionalização*, onde ao produzir uma forma simbólica, é construído, propositalmente, um raciocínio que busca defender ou justificar a idéia apresentada. Outra estratégia é a *universalização*, onde a idéia que as vezes serve à um indivíduo ou à um determinado grupo, é apresentada como sendo do interesse de todos, ou comum à todos.
- **Dissimulação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e mantidas por serem apresentadas de forma oculta, sendo negadas ou obscurecidas. Ou até mesmo por serem apresentadas de forma a desviar a atenção para algo que não seja a própria relação de dominação. Uma estratégia para tal é o *deslocamento*, que consiste em utilizar um termo que geralmente é usado para citar determinado objeto ou pessoa, para se referir a um outro, transferindo, desta forma, as atribuições positivas ou negativas do termo para o outro objeto ou

pessoa. Outra estratégia é a *eufemização*, que evita termos negativos substituindo-os por termos com valores positivos.

- **Unificação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e mantidas através da construção, no campo simbólico, de uma forma singular, uma forma de unicidade que ligue os indivíduos numa identidade coletiva, ignorando as diferenças que podem separá-los. Uma estratégia para se obter a unificação é a *padronização*. As formas simbólicas são readaptadas a uma forma padrão, que seja aceitável e comum a maioria.
- **Fragmentação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e mantidas não unificando, mas segmentando aqueles indivíduos e grupos que apresentam riscos aos grupos dominantes. A estratégia básica aqui utilizada é a *diferenciação*, que salienta as características que divergem e desunem os grupos.
- **Reificação:** As relações de dominação podem ser estabelecidas e mantidas ao apresentar processos ou situações históricas como se fossem atemporais, retratados como coisas e desta forma ofuscando o caráter sócio-histórico dos fenômenos, causando uma “sociedade sem história”. Um a estratégia utilizada é a *naturalização*, onde algo que é uma criação social ou histórica é tratado como um acontecimento natural. Por exemplo, a divisão entre homens e mulheres no trabalho pode ser tratada como resultado das características fisiológicas nos sexos. Outra estratégia é a *passivização*, onde os verbos são dispostos na forma passiva, ocultando a identidade do sujeito causador da ação.

Por fim, o autor enfatiza que as mensagens dos meios de comunicação de massa na cultura moderna são ideologicamente racionalizadas, universalizadas, obscurecidas ou negadas, deslocadas, eupemizadas, padronizadas, fragmentadas e por fim ocasionam a reificação. (THOMPSON, 1995). Neste processo de reificação da ideologia, descrito pelo autor, o caráter sócio-histórico dos fenômenos é ofuscado e esvaziado, gerando a pacificação e o conformismo.

A reificação é produto da Indústria Cultural - termo que foi citado primeiramente por Adorno e Horkheimer, em 1940. O termo é interpretado por Coelho como uma indústria que:

[...] desempenha as mesmas funções de um Estado fascista e que ela está, assim, na base do totalitarismo moderno ao promover a alienação do homem, entendida como um processo no qual o indivíduo é levado a não meditar sobre si mesmo e sobre a totalidade do meio social circundante, transformando-se com isso em mero brinquedo e, afinal, em simples produto alimentador do sistema que o envolve. (COELHO, 2003, p.28)

Tal indústria é criticada pela Escola de Frankfurt por oferecer apenas um “falso prazer”. Este pensamento, segundo Coelho (2003), pode ser considerado politicamente esquerdista se analisado pelo mesmo ângulo de Lafargue (1999), que em seu livro *O Direito à Preguiça*, cita que os trabalhadores da Europa no século XIX, membros de partidos de esquerda, reivindicavam o direito ao trabalho ao invés de reivindicar os mesmos lazeres dos chefes. Analisando o sistema produtor, Coelho (2003, p.35) cita a tese de Karl Marx: “todo produto traz em si os vestígios, as marcas do sistema produtor que o engendrou”, e apresenta uma premissa generalizadora: se a indústria cultural se dá através dos meios de comunicação de massa, e estes foram produzidos pelo sistema capitalista, logo todos os meios que veiculam esta indústria trazem consigo a ideologia capitalista, independentemente do conteúdo da mensagem transmitida e, portanto produzem, acima de tudo, a alienação.

Ainda conforme Coelho (2003), as mensagens difundidas nos veículos de comunicação de massa não possibilitam que o receptor tenha a intuição e o sentimento do conteúdo exibido, e nem que ele faça o exame lógico destas. No âmbito da teoria semiótica ⁴, o que Coelho (2003, p. 62) coloca é que não é possível que o receptor da mensagem faça a codificação desta através do signo icônico ou do signo simbólico, pois “toda a indústria cultural vem operando com signos indiciais e, assim, provocando a formação e o desenvolvimento de consciências indiciais.” O índice nunca aponta diretamente

⁴ Ciência que estuda os fenômenos culturais como se fossem sistemas sógnicos, isto é, sistemas que produzem significação. Ela estuda o processo de significação ou representação. Mais abrangente que a lingüística, a qual se restringe ao estudo dos signos lingüísticos, esta ciência tem por objeto qualquer sistema sógnico, tudo que comunica e produz significado.

para o objeto representado, mas sempre se referencia a algo que não é o próprio objeto. Portanto não é possível que o receptor tenha o conhecimento lógico do objeto representado e nem que ele sinta intuições sobre ele.

Partindo desta colocação, os signos icônicos estão presentes sim nos veículos da indústria cultural, porém são sufocados pelos signos indiciais. A maneira como são dispostos é indicial, causando no expectador, uma consciência em forma de “mosaico”, composta por fragmentos de coisas vistas rapidamente, imagens desconexas que formam a visão do indivíduo sobre si e sobre o mundo, gerando desta forma a alienação do indivíduo. Essas informações, dispostas indicialmente, representam o objeto em questão sem deixá-lo claro, pelo contrário, o ocultam formando um mundo ideológico vazio de real significação. Este processo origina conseqüências à sociedade e à sua cultura. (COELHO, 2003).

Analisando as mensagens transmitidas nos meios de comunicação de massa, Coelho (2003), aponta que se a indústria cultural ocorre através dos meios de comunicação de massa, o conteúdo ideológico contido na mensagem transmitida produz a alienação, pois os meios de comunicação de massa trazem consigo a ideologia capitalista.

A ideologia está a serviço do poder, segundo Thompson (1995), estabelecendo o conformismo dos indivíduos frente à organização social vigente e à propagação de idéias dos grupos dominantes, que manipulando a consciência dos grupos dominados.

Partindo do conceito de Adorno (2002) onde a indústria cultural se mantém por meio da diversão e do entretenimento que é difundido ideologicamente nos meios de comunicação de massa, o receptor das mensagens sente-se satisfeito prazerosamente e não reflete sobre si e o mundo.

Buscaremos a seguir nos aprofundar um pouco mais neste assunto, e esclarecer este falso sentimento de prazer causado pelo entretenimento e pela sensualidade, que vem a manter a alienação do indivíduo.

Como visto anteriormente, a Indústria Cultural traz conseqüências à sociedade, e:

[...] a sociedade industrial desenvolvida confronta a crítica como uma situação que parece privá-la de suas próprias

bases. O progresso técnico, levado a todo um sistema de dominação e coordenação, cria formas de vida (e de poder) que parece reconciliar as forças que se opõem ao sistema e rejeitar ou refutar todo protesto em nome das perspectivas históricas de liberdade de labuta e de dominação. (MARCUSE,1967, p. 15).

A mudança só ocorre mediante a uma situação de confronto. Marcuse (1967) aponta que o capitalismo modificou a estrutura da sociedade, inebriando os conflitos entre as classes burguesa e proletariada, e minimizando as transformações históricas. Ainda segundo o autor, com a falta de agentes transformadores, a crítica é levada a um alto nível de abstração, onde a tecnologia institui novas formas de controle e coesão, disfarçada pela forma de liberdade, ela impede o desenvolvimento social. Portanto a cultura industrial avançada é ainda mais ideológica. Os produtos são carregados de conceitos, de hábitos, ou seja, vendem um estilo de vida. O consumidor se identifica com a ideologia vendida pela marca/produto, se alienando e criando uma “falsa consciência” de sua racionalidade, tornando-a então sua “verdadeira” consciência. Desta forma surge a padronização de gostos, pensamentos e comportamentos, que caracterizam a sociedade unidimensional.

Marcuse (1967) aponta também as conseqüências no âmbito político, causadas pela industrialização e alienação. Ele coloca que até mesmo os partidos comunistas, devido à integração capitalista, abstraem-se da solidez de suas idéias para não parecerem radicais. O que se observa é um pacifismo social, o conformismo, que tem como intuito manter a ordem social, para que não haja conflitos entre a classe dominada contra a classe dominante. Como a cultura difundida nos meios de comunicação de massa é gerada e legitimada pela classe dominante e consumida pela classe dominada, a primeira classe citada encontra, desta forma, um subterfúgio para que se mantenha a estabilização da organização por ela imposta.

Partindo deste contexto da civilização industrial e da criação de uma sociedade tecnocrática e unidimensional, Marcuse conclui que o homem se vê em um ambiente mais mecanizado, que reprime a experiência erótica, causando a redução da libido e da excitação. O ambiente artificial reduz a possibilidade de satisfação e reprime a sublimação, tornando difícil o

alcance da sensação sublime de satisfação. A limitação do prazer gera a submissão frente às renúncias que a sociedade impõe ao indivíduo, e ao reprimir, o Superego implanta uma nova consciência munida de “felicidade” por ser correta perante as ordens sociais, propiciando o conformismo e a aceitação do indivíduo frente aos males da sociedade. Em suas diversas manifestações, como na obra de arte, por exemplo, a sublimação se torna motivação cognitiva contra a omissão. Portanto, o que temos com a falta de sublimação, é o efeito contrário: a dessublimação repressiva da sociedade, que desempenha a função de força motriz no engendramento da alienação e do conformismo, seguida da ausência de revolta frente ao *princípio de realidade* estabelecido, e à ordem social imposta e criando a consciência de um falso prazer e diversão no indivíduo.

Marcuse (1968, p. 33), aponta que, segundo Freud, “a história do homem é a história da sua repressão”. Onde o prazer é reprimido pela cultura e ordem social, e que, portanto há uma transformação de valores no sistema dominante, descrita por Freud como transformação do *princípio de prazer em princípio de realidade*:

de:	para:
satisfação imediata	satisfação adiada
prazer	restrição do prazer
júbilo (atividade lúdica)	esforço (trabalho)
receptividade	produtividade
ausência de repressão	segurança (MARCUSE, 1968, p.34)

Segundo Marcuse (1968), apenas uma única atividade se vê imune a este processo de dominação repressiva do *princípio de realidade* contra a sexualidade: a fantasia. E dentro da fantasia, se enquadra também o reino da estética, por conter uma essência “irrealista”. Mas esta visão da estética é resultado da própria repressão cultural, que se dá por meio do princípio de realidade. Tal noção não é simbólica e racional, mas sim intuitiva, emocional, icônica e indicial. Esta percepção estética está intimamente ligada ao sensualismo (sentidos sensoriais) e à sensualidade (cognição sensual instintiva); e, conseqüentemente, governadas pelo prazer.

Portanto, conforme Marcuse (1968, p. 164) “a Filosofia aceitou as normas e valores do *princípio de realidade*, a pretensão de uma sensualidade livre do domínio da razão não encontra lugar na Filosofia”, e vai buscar então, obter refúgio na arte, sendo que “a verdade de arte é a libertação da sensualidade através de sua reconciliação com a razão”.

Ao representar a forma estética e sensual, constituídas pela ordem da sensualidade, a arte confronta o princípio de razão predominante e a repressão. Repressão esta que foi gerada pela civilização da sociedade industrial, que submeteu a sensualidade à razão sensual, devido ao antagonismo estabelecido entre o “impulso sensual” (passivo) e o “impulso formal” (dominador). Desta forma, a sensualidade é empobrecida e barbarizada pela tirania da razão. (MARCUSE, 1968).

Marcuse (1968, p. 171) ao citar Schiller, propõe a reconciliação entre os impulsos (sensuais e formais) como uma forma de solucionar este conflito, removendo a tirania repressiva da razão sobre a sensualidade, sendo para tanto necessário: “A auto-sublimação da sensualidade (do impulso sensual) e a des-sublimação da razão (do impulso formal), a fim de reconciliar os dois impulsos antagônicos básicos” e eliminar a falsa sensação de prazer.

Segundo Marcuse (1968) Freud relacionou o deus grego do amor, Eros, com a sexualidade. Em termos da auto-sublimação da sexualidade, Eros representa o crescimento - tanto em quantidade como em qualidade - da sexualidade; e cria relações duradouras e expansivas. Portanto, o Eros órfico e narcisista amplia as relações libidinosas, gerando a satisfação das grandes necessidades vitais, que gratificam o instinto com o verdadeiro prazer. Marcuse (1968, p. 194) ainda conclui que “com a transformação da sexualidade em Eros, os instintos de vida desenvolvem sua ordem sensual, ao passo que a razão se torna sensual”.

Depois de termos esclarecido a alienação por meio da indústria cultura e o conformismo através da diversão e do falso prazer, relacionaremos a arte com estes contextos, utilizando-a como objeto de investigação e esclarecendo seu conceito e suas transformações ao ser copiada ou difundida com linguagem ideológica através dos meios de comunicação de massa.

Benjamin (1987) relembra que a obra de arte era, primeiramente, parte de um rito mágico, onde a importância consistia na existência das imagens e não em sua visibilidade. Posteriormente, ela torna-se um rito religioso, com valor de culto divino. Portanto a pintura era envolta de sacralidade. Com a dissociação da religião, a obra de arte passou a ser mais exposta. Com o advento da fotografia, a arte sentiu-se ameaçada, e reagiu com a doutrina da arte pela arte.

Ainda conforme o autor, a obra de arte, quando reproduzida em série - principalmente devido à invenção da fotografia - por mais que se reproduza uma cópia “perfeita”, esta cópia nunca conseguirá alcançar a singularidade contida na obra de arte original: seu aqui e agora, sua existência única no lugar em que esta se encontra. O “aqui e agora” da obra original, constitui sua autenticidade, e escapa à reprodutibilidade técnica, que não consegue captar sua essência original, sua unicidade, e, por gerar cópias em série, elimina sua singularidade, isto é, a sua aura. (BENJAMIN, 1987)

A aura que Benjamin (1987) atribui à obra de arte é explicada como uma metáfora da suposta auréola luminosa, sobrenatural, que certas pessoas ou objetos emanam. Portanto se a obra de arte possui esta aura, é porque esta emana energias particulares, e assim ela não pode ser tomada como um objeto comum. Inicialmente esta aura estava ligada à função religiosa da obra de arte. Hoje, ela é resultado da própria exposição da peça em um museu ou galeria, que lhe confere a superioridade como objeto artístico, e ao mesmo tempo lhe atribui valor comercial, do qual a arte tornou-se inseparável. Segundo Benjamin (1987) para a massa, a obra de arte é objeto de diversão, entretenimento. Já na visão do sujeito conhecedor, é objeto de devoção, ele se recolhe em si mesmo, em sentimento e reflexão, e mergulha no universo da obra.

O objetivo deste capítulo é relacionar a obra de arte - quando esta é referida em divulgações publicitárias, por meio de comunicação ideológica nos veículos da comunicação de massa - com o conceito de indústria cultural. Relacionarmos os efeitos da Indústria Cultural sobre a arte, por meio da publicidade, faz-se necessário um breve esclarecimento do conceito de Publicidade.

Conforme Domingos (2003) a publicidade como indústria teve início em 1871, com a fundação da primeira agência de Publicidade: a JW Thompson nos EUA. Até então a publicidade era limitada, pois trabalhava com textos que “elogiavam” somente o produto. Conforme Mestre (1996), Publicidade é a tradução da palavra inglesa *Publicity*, e Propaganda, *advertising*. A Publicidade é fruto do marketing, e é utilizada como instrumento de promoção, sendo, portanto a parte mais visível do marketing.

Com o tempo, segundo Lupetti (2007), as empresas passaram a perceber que o sucesso dependia da capacidade de delimitar qual era o desejo dos consumidores, ou o que eles poderiam vir a desejar. Desta forma, os pontos estratégicos deixaram de se voltar ao produto e passaram a ter o foco destinado para o seu público-alvo. Houve também uma similaridade entre as marcas e produtos, sendo, praticamente a única diferença entre eles, as estratégias mercadológicas.

Portanto a comunicação publicitária precisou passar por modificações e reformulações que possibilitaram a sua expansão. Hoje uma empresa pratica tanto a comunicação externa (para com seu público) como a comunicação interna (para manter os seus funcionários coesos e motivados). Ademais, a Publicidade passou a se manifestar além dos meios de comunicação tradicionais - como rádio, televisão, outdoor e revista. Agora ela também se faz presente em meios eletrônicos virtuais. Uma pequena ação na internet pode desempenhar um papel publicitário e render uma estratégia de marketing de sucesso.

A Publicidade, como parte da mídia, influencia na sociedade, na construção da identidade do indivíduo e no imaginário social, transformando valores, gostos, hábitos, cultura e atitudes. A história da publicidade é também a história da mutação do homem e de seu caráter. Por mais que não se dê total credibilidade a um anúncio de xampu, por exemplo, o receptor da mensagem, ao comprar o produto, inconscientemente tem esperanças de que este apresente o resultado que foi “prometido” em sua ação publicitária, e, acredita estar comprando não apenas o produto, mas também o conceito nele embutido pela peça publicitária.

No âmbito cultural, Marcuse aponta a conseqüências causadas, com o advento da sociedade industrial, na comunicação:

[...] as comunicações em massa misturam harmoniosamente e, com freqüência, imperceptivelmente, arte, política, religião e filosofia com anúncios, levam essas esferas da cultura ao seu dominador comum – a forma de mercadoria. A música da alma é também a música da arte de vender. O que importa é o valor de troca, e não o da verdade. (MARCUSE, 1967, p. 70).

Com a dominação da cultura, as colocações mais contraditórias se relacionam e coexistem sem conflito, pacificamente e indiferentes ao seu paradoxo. Em relação ao cunho artístico, a alienação deslegimita estilos artísticos, bem como a própria essência da arte. As obras de arte transformam-se em anúncios, que vendem, consolam e incitam. Assim, a essência original da arte é reformulada apenas como referência, resíduo de seu contexto inicial. (MARCUSE, 1967).

Segundo Marcuse (1967, p. 93), a Publicidade molda a comunicação na qual o comportamento unidimensional se manifesta, eliminando a tensão entre “realidade e aparência, fato e fator, substância e atributo”. A comercialização une idéias antes antagônicas, deixando a comunicação imune ao protesto, à discordância e à dialética, produzindo a linguagem fechada (rito-autoritária), que é anti-histórica. Tal linguagem não abre espaço à locução e discussão de alternativas. Conforme Marcuse, (1967, p. 107), ela se torna “um instrumento de controle, até mesmo onde não transmite ordens, mas informação; onde não exige obediência, mas escolha, onde não exige submissão, mas liberdade.” Essa linguagem reduz a reflexão e substitui conceitos simbólicos por imagens indiciadas. E mesmo que o receptor não acredite de forma absoluta na mensagem, ele acaba agindo em concordância com a mesma.

A seguir, iremos buscar compreender a vida e o conteúdo cultural e político contido nas obras de arte da pintora mexicana Frida Kahlo, pois as suas pinturas serão o nosso objeto de estudo para aplicarmos as teorias vistas até aqui.

2 ARTE/VIDA/OBRA DE FRIDA KAHLO: ALCANCES E DESAFIOS

Segundo um estudo feito pelo GEL- Grupo de Estudos Linguísticos do Estado de São Paulo – publicado em 2009 ⁵ O México era inicialmente habitado por povos indígenas, antes da colonização espanhola. Com a colonização, houve a queda do Império Asteca, e um choque cultural que gerou um conflito de dualidade na identidade cultural. Este conflito gerou lutas pela busca da identidade Mexicana: A Independência do México em 1810, a Reforma em 1857, e a Revolução Mexicana em 1910. Três anos antes da Revolução, em 1907, nasce Magdalena Carmen Frieda Kahlo Calderón, ao sexto dia do mês de Julho, em Coyoacán, no México. Filha de Matilde e Guillermo Kahlo, Frida tem descendência espanhola por parte da mãe, e alemã por parte de pai.

Por ressaltar e privilegiar a cultura nacional do México, Frida também valorizava idéias que legitimassem sua cultura nacional. Por isto, neste capítulo primeiramente será feito um resumo da vida da artista, que é apresentado, simultaneamente, junto a dois aspectos: os símbolos culturais e estéticos presentes em seus quadros; e apontamentos acerca da significação política presente na vida, nas vestes e, principalmente, nas obras de Frida.

Kettenmann (1994) cita a obra *Os meus Avós, os Meus Pais e Eu (1936)*⁶, com o objetivo de esclarecer a descendência de Frida, conforme a visão da própria artista. Nesta obra, Kahlo é representada por uma menina no útero da mãe, simbolizando sua existência pré-natal. Os avós maternos, mexicanos, são retratados sobre uma paisagem de terra com cactos, a planta nacional do México. Já os avós paternos, alemães, estão sobre uma paisagem de um mar, fazendo alusão à localização de sua origem, do outro lado do oceano.

Aos seis anos de idade, Frida teve poliomielite e, devido à doença, sua perna direita ficou mais fina e deformada, e o pé esquerdo atrofiado. O fato teve grande impacto na vida de Frida, que foi apelidada de ‘Frida perna de pau’, que retraída, passou a usar vestes que cobriam as pernas. No dia 17 de

⁵ Grupo de Estudos Linguísticos do Estado de São Paulo (GEL). Diálogos sobre a Cultura Mexicana: Disponível em: <<http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/volumes/32/htm/comunica/gt007.htm>>. acessado em 08/10/2009 às 23:14h.

⁶ Anexo 1

setembro de 1925, ao voltar da escola, ela e o então namorado Alejandro Gómez Arias sofreram um acidente, Frida se feriu gravemente e ficou de cama, inicialmente por três meses. Após um ano da recuperação, Frida retornou ao hospital e uma radiografia apontou várias vértebras deslocadas em sua coluna. Por ser necessário o repouso absoluto, a artista começou a pintar para evitar o aborrecimento e a dor, e para passar o tempo. Em seu quarto foi colocado um dossel com um espelho para que ela pudesse se ver e se auto-retratar. Após vários retratos a pintura começava a deixar de ser apenas um passatempo. (KETTENMANN, 1994).

Como pontua Kettenmann (1994), os diversos auto-retratos de Frida, que dominaram suas obras, nos permitem observar a modificação do estilo estético de pintura da artista. Na maioria dos quadros, Frida se retrata com um fundo vazio, paisagens despidas, que denunciam sua solidão. E quando aparece acompanhada de animais de estimação, parece uma criança que, carente, se reconforta no ursinho de pelúcia. A autora também coloca que as obras de Frida não podem ser classificadas como surrealistas, pois a artista não chega a desvincular-se completamente da realidade, ela apenas mescla realidade e ficção. Ao exprimir suas idéias e pensamentos, Frida usou uma linguagem pessoal, usou símbolos que ao serem decifrados, nos dão acesso a um conhecimento profundo sobre sua obra e as circunstâncias que a envolvem.

A cultura do México foi influenciada e construída pelas culturas índia: maia e asteca. Segundo Kettenmann (1994), ao observar-se e ao se retratar por tantas vezes, Frida começou a se descobrir e a se conhecer cada vez mais, encontrando agora uma identidade. Seu primeiro retrato foi feito em 1926: *Auto-Retrato com Vestido de Veludo*⁷. É nítida a mudança de estilo dos primeiro para os outros retratos. No primeiro, Frida demonstra interesse pelo renascentismo italiano, já nos seguintes vê-se um estilo mais nacional, com influências culturais coloniais e pré-colombianas. A artista passou a utilizar elementos que caracterizam essa transição: macacos, cactos, plantas das florestas primitivas, rochas vulcânicas, papagaios, veados e cães. Outra

⁷ Anexo 2

influência presente nas obras de Kahlo é o estilo dos *retablos*, quadros votivos de santos e mártires cristãos.

Na obra *O Hospital Henry Ford (1932)*⁸, a artista utiliza o caracol que, segundo Kettenmann (1994), na cultura índia, é um símbolo da concepção, da gravidez e do nascimento. E ao sair e entrar em sua casca protetora faz também alusão às fases crescente e minguante da Lua – que representa o ciclo feminino e a sexualidade. Frida usa este caracol e duas figuras representando a região da bacia, para referir-se à interrupção da gravidez devido ao frágil estado de saúde provocado pelo acidente. Outro item oriundo da cultura mexicana, A aparição da figura de Judas se faz presente no quadro *O sonho ou A Cama (1940)*. Na comemoração mexicana do Sábado de Aleluia, várias figuras de Judas são arrebatadas, pois se acredita que ele só alcançará liberdade no suicídio.

Em 1939, Kahlo pinta *As Duas Fridas*⁹, onde a figura da direita é a mexicana, que usa vestes tehuanas e segura um amuleto com a foto de Diego quando criança. À esquerda o seu *alter ego* usa uma veste mais européia. Os corações das duas figuras estão expostos e ligados, em uma ponta, por uma fina artéria, que parece ter sua outra ponta separada pela tesoura na mão da figura esquerda, que perdeu parte de si devido ao divórcio. (KETTENMANN, 1994).

No auto-retrato *Pensando na Morte (1943)*¹⁰, o símbolo da caveira está envolto em espinhos os quais, segundo a mitologia pré-hispânica, vêm dar a significação do renascimento que se segue à morte. A dualidade nos quadros de Frida é representada freqüentemente e esta noção de equilíbrio advém da mitologia indiana. Em muitas de suas obras ela utiliza plantas para simbolizar a vida como um ciclo eterno da natureza e parte pertencente deste ciclo e da vida, é a morte. No México a morte é tida como renascimento e vida, devido à influência da cultura asteca, onde a deusa da morte Coatlicue representa início e fim de todas as coisas. Outro quadro que retrata a dualidade é “*O Abraço Amoroso entre o Universo, a Terra (México), Eu, o Diego e o Señor Xólotl*”

⁸ Anexo 3

⁹ Anexo 4

¹⁰ Anexo 5

(1949)¹¹. A mitologia do antigo México faz-se viva nesta obra e é também perceptível o princípio dualista do *yin e yang* da filosofia chinesa. Dia e noite estão divididos, mas ao mesmo tempo fundem-se, formando o núcleo do universo que envolve em seus braços a terra, representada pela deusa Cihuacoatl, que segundo a mitologia, dá a vida em seu útero a toda a flora. Em seu colo está Frida, auto-retratada como mãe, e ao invés de em seus seios correrem leite como nos da deusa, nasce uma fonte de sangue, que remete à frustração pela incapacidade de ter um filho. Pelo mesmo motivo, Diego aparece em seu colo, concedendo-a um papel maternal. Ele possui um terceiro olho que indica sabedoria, e as chamas em suas mãos significam purificação e renascimento. Na obra “*Árvore da Esperança, Mantém-me Firme*” (1946)¹², Frida frisou a dualidade, em um lado sua figura está robusta e vigorosa; e no outro se mostra fragilizada e hospitalizada devido a uma cirurgia que fez na coluna. (KETTENMANN, 1994).

Portanto, segundo Kettenmann (1994), o imaginário de sua obra provém, primeiramente e acima de tudo, da arte popular mexicana e da cultura pré-hispânica. Por ressaltar a cultura mexicana anterior à Conquista Espanhola, e o nacionalismo, a artista se engajou no ativismo político a favor da independência da cultura do México e dos ideais do partido comunista.

Segundo Beauclair (2009) nas décadas de 1920 e 1930, foi estabelecido no México um ambiente cultural produtivo com objetivo de se reconstruir a ordem cultural, a fim de diminuir os problemas sociais e políticos. Kettenmann (1994) aponta que o primeiro fato que tornou possível o ativismo político de Kahlo foi a eleição de Alvaro Obregón, em 1920 como presidente do México. Obregón fundou a Secretaria da Educação Pública que ajudou a combater o analfabetismo e lançou este movimento de reforma cultural para a população índia, restabelecendo a cultura mexicana. Agora a repressão à cultura índia, vinda com a conquista espanhola e que havia apoiado uma arte acadêmica com influências européias do século XIX, estava ameaçada. Os artistas que antes imitavam os modelos europeus, agora buscavam a arte mexicana independente. E junto a estes artistas estava Frida Kahlo. Em 1928, Frida se

¹¹ Anexo 6

¹² Anexo 7

filiou ao Partido Comunista Mexicano (PCM) e apoiou a luta de classes armada.

Kettenmann (1994) atribui o envolvimento de Frida no meio político, grande parte devido ao relacionamento com Diego Rivera, na época já um artista famoso, que Kahlo conheceu por meio da colega Tina Modotti. Depois de conhecer Rivera, Frida passa a ter mais contato com grupos de artistas e a envolver-se cada vez mais nos movimentos artísticos ideal-nacionalistas (mexicanismo) e pela arte independente. Ao falar à Frida sobre sua obra, Rivera disse a ela que ela possuía uma personalidade artística própria e singular, apoiando Frida a seguir carreira como pintora. Daí em diante, ele passou a freqüentar a casa de Kahlo. Em 21 de agosto de 1929, Kahlo casa-se com Diego Rivera, 20 anos mais velho que ela. Suas obras seguiram então, cada vez mais demonstrativas das raízes índia e espanhola, resgatando a cultura asteca e o nacionalismo. Segundo Kettenmann (1994), diferentes críticos de vários países descreveram a obra de kahlo como sendo a mais poderosa e mais mexicana de todos os tempos.

Ainda segundo a autora, os elementos que resgatam a cultura asteca e a cultura genuinamente mexicana são apresentados não apenas na arte, mas também nas roupas de Frida, que usava trajes das mulheres do istmo de Tehuantepec¹³, seu estilo de roupa favorito porque a saia comprida lhe escondia a deficiência. As roupas tehuanas foram adotadas por muitas mulheres e, segundo Kettenmann (1994), estavam perfeitamente de acordo com a evolução do espírito nacionalista mexicano, a reavivação da cultura índia, e a luta pela conquista de mais espaço para as mulheres. Kettenmann (1994 apud Rivera,1948), cita que as mulheres que não usavam tais roupas não pertenciam ao povo e estavam ligadas emocionalmente e mentalmente à grande burguesia americana e francesa.

Em 1930, o casal se mudou para os EUA, onde permaneceram por quatro anos. A decisão de ir para os EUA deveu-se a fatores artísticos e políticos. Com a eleição de Plutarco Elías Calles como chefe de Estado de 1924 a 1928, a situação dos pintores já não era a mesma. O PCM foi extinto e

¹³ Tehuantepec é uma região do sudoeste do México onde a estrutura econômica reflete o papel predominantemente feminino e as tradições matriarcais (KETTENMAN, 1995)

muitos comunistas foram presos, inclusive Rivera foi expulso do partido comunista e por esta razão, Kahlo também deixou o partido.

Em 1930, Frida teve que fazer um aborto por razões médicas. Depois do acidente, vários médicos tinham lhe dito que dificilmente poderia levar uma gravidez até o fim. Ficou grávida pela segunda vez, e sofreu aborto espontâneo. Então Frida retratou o quadro a óleo *O Hospital Henry Ford (1932)*¹⁴. Em 1933, já há três anos nos EUA, Frida sente muita falta do México, em uma carta a um amigo diz não ter se afeiçoado ao 'Novo Mundo' e às pessoas da alta sociedade. Diz-se também inconformada ao ver os ricos dando festas exuberantes dia e noite enquanto milhares de pessoas morriam de fome. Expressando estes sentimentos, Frida pintou *Auto-Retrato na Fronteira do México com os Estados Unidos (1932)*¹⁵. Segundo Kettenmann (1994), esta obra de Kahlo é dividida em duas metades, uma representando o antigo México, retratando o ciclo da vida e da natureza (vida e morte). A outra metade refere-se aos EUA e é dominada por cores cinzentas, que demonstram industrialização e tecnologia.

Antes de retornar ao México, Kahlo inicia a obra *O Meu Vestido Está ali Pendurado (1932)*¹⁶ e a termina no México. Este quadro, segundo Kettnmann (1994, p.38), "representa um retrato do capitalismo americano e está repleto de símbolos da sociedade industrial moderna, apontando para a decadência e a destituição de valores humanos fundamentais". Em dezembro de 1933, o casal retornou ao México. De volta à sua terra, Frida se inspira a retomar um ritmo frenético de pintura, mas problemas de saúde a obrigam a novamente voltar ao hospital e mais uma gravidez foi interrompida.

Rivera teve um romance com Cristina, irmã de Frida, que por esta razão saiu de casa, no início de 1935, alugou um apartamento no centro da cidade do México. Teve contato com um amigo advogado para aconselhar-se sobre um possível divórcio. Ao final de 1935, o romance entre Diego e Cristina teve seu fim e Frida reatou a relação com ele.

Em 1936, Frida retomou suas atividades políticas e foi fundado um comitê de solidariedade a favor dos republicanos. Por serem simpatizantes da

¹⁴ Anexo 3

¹⁵ Anexo 8

¹⁶ Anexo 9

Liga de Trotsky, o casal fez uma petição ao governo mexicano para assegurar asilo político a Leon Trotsky que fora expulso da Noruega. Em 9 de janeiro de 1937, Natalia Sedova e Trotsky foram recebidos por Frida Kahlo e Diego Rivera.

André Breton, artista surrealista, visitara o México em 1938 e por lá ficou por vários meses. Frida teve contato com Breton e foi através dele que ela teve sua primeira grande exposição no exterior, nesse mesmo ano. Em outubro ela viajou aos EUA para preparar sua exposição na galeria Julien Levy. A exposição teve sucesso apesar da depressão econômica que afetava os EUA, metades dos vinte e cinco trabalhos expostos foram vendidos.

Em janeiro de 1939 Frida viaja a Paris. Berton faria uma exposição de Frida Kahlo na cidade. Seus trabalhos foram expostos ao lado de outras obras, mas Frida ficou desiludida com o círculo de artistas surrealistas, dizendo que eram animais desprezivelmente intelectuais e podres. Devido à ameaça da guerra, a exposição foi um fracasso financeiro. Por esta razão ela cancelou a exposição que faria em Londres. Mas, apesar do fracasso, a exposição em Paris recebeu uma boa crítica pela revista *La Flèche*. E o auto-retrato *The Frame* foi o primeiro quadro de um artista mexicano do século XX a ser comprado pelo Louvre¹⁷. Na capa da *Vogue*¹⁸ fora reproduzida esta obra a cores e um quadro, com a mão de Frida Kahlo enfeitada com um anel. Schiaparelli, mais tarde, criou um “Vestido Madame Rivera” baseado nas vestes tehuana de Frida. Segundo Kettenmann, a artista, assim como sua obra, foram bastante publicitadas.

Frida deixou a França e retornou ao México, mas foi viver com os pais em Coyoacán, deixando a residência dela junto a Diego em San Angel no verão de 1939. No outono do mesmo ano, o casal iniciou o processo de divórcio, que foi finalizado em 6 de novembro de 1939. O auto-retrato *As Duas Fridas (1939)*¹⁹, foi acabado pouco depois do divórcio e retrata as emoções que cercaram a separação e a crise matrimonial. Frida ficou muito abalada com a separação e passou a beber excessivamente e a mergulhar no trabalho para distanciar a melancolia e livrar-se economicamente de Rivera. Cortou o cabelo

¹⁷ Museu francês.

¹⁸ Revista de moda.

¹⁹ Anexo 4

e abandonou as vestes tehuanas que Diego tanto gostava, e começou a usar roupas masculinas. Nessa época pintou o *Auto-Retrato com Cabelo Cortado (1940)*²⁰.

No final de 1939, Frida começou a ter cada vez mais dores nas costas e teve uma infecção aguda na mão direita provocada por um fungo. Em setembro de 1940, ela viajou a São Francisco para fazer um tratamento e coincidentemente, Diego lá também estava. No dia 8 de dezembro de 1940, aniversário de Diego, os dois casam-se pela segunda vez. Frida voltou para o México pouco depois. Em 1942, ela começou a escrever um diário que manteve até o fim de sua vida.

A situação política da época estava cada vez mais explosiva. Em 1941 os alemães invadiram a Rússia e a oposição de Stalin a Hitler fez com que Frida Kahlo se aproximasse mais do Partido Comunista. Ao mesmo tempo, segundo Kettenmann (1994, p. 61), devido à presidência de Manuel Avila Camacho (1940-1946), cria-se o PRI (Partido Revolucionário Institucional) e o México sofreu uma “viragem para a direita”, que veio a afetar a política cultural e foi exatamente nesse período que Frida Kahlo começou a ser mais reconhecida pelo público mexicano. Segundo Kettenmann (1994, p. 61), ela “foi nomeada para cargos, ofereceram-lhe um contrato para dar aulas, atribuíram-lhe um prêmio e foi convidada a escrever para revistas”. Participou da Exposição Internacional do Surrealismo, realizada no México, onde Frida Kahlo expôs *As Duas Fridas (1939)*. Ainda em 1942, Frida foi eleita membro do Seminário de Cultura Mexicana. Em 1943, começou a lecionar arte na Escola de Pintura e Escultura. Devido a novos problemas de saúde, Frida teve de lecionar em casa, em Coyoacán. Suas freqüentes dores nas costas e no pé direito a impediam de ir à escola, e lhe foi recomendado repouso absoluto. Teve de usar um colete de aço que é retratado em *A Coluna Partida (1944)*²¹.

Em junho de 1946, Frida aderiu novamente ao PCM e fez uma operação na coluna, que lhe rendeu duas enormes cicatrizes nas costas. O sofrimento e a fragilidade causada pela cirurgia serviram de base para o auto-retrato *Arvore da Esperança, Mantém-me Firme (1946)*²². No final da década de 40, Frida

²⁰ Anexo 10

²¹ Anexo 11

²² Anexo 7

perdia cada vez mais o pouco de saúde que tinha, as costas voltaram a lhe dar problemas, passou por outra cirurgia na coluna, pegou uma infecção, e foi necessária uma terceira cirurgia. Em novembro, depois de passar por sete operações no mesmo ano, ela finalmente sente-se capacitada a pintar, porém por 4 ou 5 horas ao dia e deitada na cama. Frida só conseguia se mover com a ajuda de muletas ou bengala e freqüentemente era obrigada a utilizar uma cadeira de rodas. Nesse período produziu poucos auto-retratos, pintando quase que unicamente naturezas-mortas. Seu estado de saúde se agravava a tal ponto que já não conseguia ter firmeza nas mãos. Depois de 1951 suas dores eram tão imensas que não conseguia pintar sem antes tomar fortes comprimidos. Em 1954, houve vários momentos em que Frida simplesmente não conseguia pintar, mesmo com os remédios. (KETTENMANN, 1994).

A frágil saúde agora impedia Frida de expressar-se politicamente em suas pinturas. Esta era uma de suas aflições desde que retornara ao PCM em 1948. Em 1951 ela escreveu sobre o assunto, dizendo que até o momento tinha se expressado acerca de si mesma e que gostaria de transformar suas obras em algo útil ao partido e à Revolução, que para ela era, (Kahlo apud Kettenman 1994, p. 80) “[...] a única verdadeira razão de viver.” Tal preocupação se reflete em suas obras de natureza morta, como em *Natureza-Morta com “Uma Longa Vida para a Vida e o Dr. Farill”* (Aproximadamente entre 1951 e 1954). A obra contém símbolos que fazem alusão à política. Abaixo do céu que é retratado em dia e noite, Sol e Lua, há alguns frutos exóticos no chão cor de sangue. Firmada em uma fatia de melancia está a bandeira mexicana vermelha, branca e verde, que representa o nacionalismo de Frida. Uma pomba branca que simboliza paz está em frente aos frutos. Em uma paisagem de 1952, pintada para o Congresso internacional da Paz, a mesma pomba está na árvore a guardar os frutos agora maduros, acompanhada pelo Sol e pela Lua²³.

Frida ajudou a fazer um abaixo assinado a favor do Congresso da Paz, que protestava contra, principalmente, testes nucleares feitos pelas grandes potências. Na primavera de 1953, a fotógrafa Lola Alvarez Bravo organizou a primeira exposição individual de Frida no México. A amiga percebeu que a

²³ Ibidem.

morte da artista estava próxima e resolveu prestar esta homenagem a ela enquanto viva. O estado de saúde de Frida estava tão agravado que os médicos proibiram-na de se levantar. Frida compareceu e comemorou a exposição deitada em sua cama, que foi levada até o local. (KETTENMANN, 1994).

Kettenmann (1994), relata que em agosto de 1953 Frida teve a perna amputada até o joelho. Apesar de a amputação ter aliviado sua dor, a artista caiu em profunda depressão e Diego a impedia de cometer suicídio. Em 1954, Frida pintou *O Marxismo Dará Saúde aos Doentes*²⁴, onde ela dá vazão à idéia utópica de que a convicção política pode libertar a ela, e a todos do sofrimento. Uma parte do quadro representa a parte pacífica da terra (parte apasiguada pelo marxismo) e a outra a parte ameaçada de destruição (capitalismo norte-americano). Ao lado esquerdo a pomba da paz surge vinda do continente vermelho soviético e chinês, fazendo alusão ao comunismo. No mesmo lado, a figura de Marx surge como algo divino, como um santo, que cura a doença de Frida e a livra das muletas. À direita temos a águia americana com cabeça de Tio Sam e com o corpo redondo e escuro, referindo-se figurativamente a uma bomba. Ela está de colete de couro e sendo “enforcada” por mãos enormes, que são símbolos do marxismo. Uma das mãos tem o olho da sabedoria. Em Julho do mesmo ano, Frida participou do protesto contra a queda do presidente da Guatemala, Jacobo Arbenz Guzmán, provocada pela CIA. Seria uma das suas últimas aparições em público.

Com pneumonia e gravemente doente, Magdalena Carmen Frieda Kahlo Calderón morreu durante a noite de 12 para 13 de julho de 1954, uma semana depois de completar 47 anos, devido a uma embolia pulmonar. Na tarde do dia 13 seu caixão foi colocado no hall de entrada do Palácio de Bellas Artes acompanhado por uma guarda de honra e, sobre ele, uma bandeira, colocada por amigos políticos, vermelha com o brasão de um martelo e uma foice sobre uma estrela branca, símbolo comunista. Como consequência do ato, o então diretor do Instituto Nacional de Bellas Artes teve que demitir-se de seu posto. No dia 14 de julho, uma procissão com cerca de quinhentas pessoas acompanharam o corpo de Frida kahlo até o crematório, onde segundo a sua

²⁴ Anexo 12

vontade, seu corpo foi cremado. As cinzas encontram-se hoje em um vaso pré-colombiano na “Casa Azul”. Um ano depois da morte da artista, Diego Rivera cedeu a casa à nação mexicana como legado, e esta permanece quase sem seu estado original como museu dedicado à Frida Kahlo.

A última frase escrita em seu diário foi: “Espero a partida com alegria...e espero nunca mais voltar...Frida.” Mas a artista continua viva, nas paredes da casa azul e em seus quadros que deixaram de lado as influências norte-americanas e européias para dar ênfase política e ressaltar suas raízes pré-colombianas e hispânicas, refletindo as conquistas, lutas e avanços políticos e culturais que se seguem à Revolução Mexicana em busca de uma cultura livre e independente.

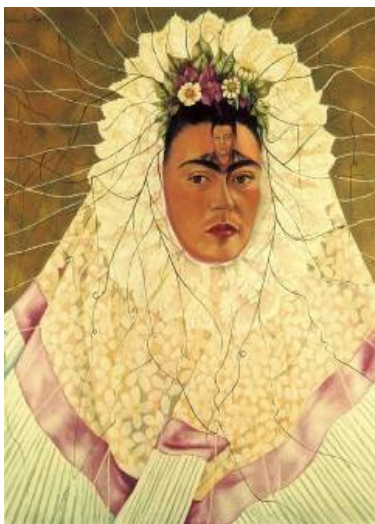
Agora iremos dar continuidade à correlação que fizemos anteriormente da arte com a publicidade e a indústria cultural, e a seguir, aplicaremos as teorias até agora estudadas.

3 APROPRIAÇÕES E REPRODUTIBILIDADE: INTERLOCUÇÕES DA OBRA DE FRIDA COM A CONTEMPORANEIDADE

Neste capítulo, são apresentadas as divulgações publicitárias ou divulgações que servem como ação de marketing, de produtos que fazem referência à Frida Kahlo e/ou às suas pinturas, traçando um paralelo que irá apontar: a ideologia contida nestas fontes documentais; a coexistência de paradoxos, sem o aspecto conflitante, contido nestas ações publicitárias; o esvaziamento do conteúdo aurático e do conteúdo político/cultural originais de suas pinturas, por meio da ideologia difundida por meio nos veículos da indústria cultural, que deslegitimam a essência e o estilo original da artista e de suas obras.

3.1 DESFILE DO ESTILISTA CHRISTIAN LACROIX

Apresenta-se a seguir uma reprodução da obra de Frida *Auto-Retrato como Tehuana* ou *Diego no meu Pensamento* (1943).



A imagem foi visualizada na obra de Kettenmann (1994, p. 66) nota da autora: “Auto-Retrato como Tehuana *ou* Diego no Meu Pensamento *ou*

Pensando em Diego (*Autorretrato como Tehuana* ou *Diego em mi pensamiento* ou *Pensando en Diego*), 1943. Óleo sobre masonite, 76 x 61 cm. Cidade do México, Coleção Jacques & Natasha Gelman.”

A seguir, apresenta-se uma cópia de uma foto do lançamento de uma coleção, criada pelo estilista francês Christian Lacroix. As peças da marca Christian Lacroix, foram divulgadas, junto à outras marcas, em um desfile na Semana de Moda de Alta Costura de Paris (Haute Couture de Paris – fall/winter 2009/2010), que aconteceu entre os dias 6 e 8 de julho de 2009²⁵.



Nesta obra de Frida, ela se auto-retrata com um traje tehuana, utilizado pelas noivas mexicanas. As vestes tehuanas são oriundas da região de Tehuantepec, no sudeste do México, onde as mulheres preservam tradições matriarcais, lutam pelo espaço feminino e pela preservação da cultura índia. (KETTENMANN, 1994).

²⁵ Fashion Bubbles. Haute Couture de Paris – fall/winter 2009/2010. Disponível em: <<http://www.fashionbubbles.com/2009/christian-lacroix-haute-couture-de-paris-fallwinter-20092010/>> acessado em 22/10/2009 às 23:11h.

A peça têxtil criada por Lacroix, apresenta muita semelhança estética à veste tehuana utilizada pelas noivas mexicanas. A modelo utilizada por Lacroix para exibir a peça, possui raiz caucasiana, provavelmente europeia ou norte-americana. Apresenta-se, portanto um paradoxo, uma contradição ideológica. Tendo como base o conceito de ideologia apresentado por Thompson (1995), a ideologia desta imagem é apresentada, primeiramente, em modo operante por *legitimação* através da estratégia de *universalização*. O estereótipo estético do indivíduo europeu/norte-americano vem sendo legitimado há tempos, ao ser o estereótipo mais utilizado, através da mídia, como padrão de beleza, tornando-se padrão internacional em referência física e estética humana. A segunda estratégia utilizada para conferir legitimação à ideologia apresentada é a *narrativização*. Pois um traje que é cultural e histórico, (a veste tehuana de noivas mexicanas), está sendo divulgado, narrado pela imagem, através de pessoas integrantes de uma classe cultural que teve, historicamente, conflitos políticos e culturais com a região geográfica de onde o traje se oriunda – Tehuantepec (México). A ideologia em seu modo operante de *unificação*, também vem a conferir relações de dominação da cultura europeia/ norte-americana, ao interligar os indivíduos numa identidade coletiva, padronizando uma veste típica do México.

A foto da peça têxtil também apresenta ideologia em seu modo de *dissimulação*, pois ofusca e obscurece os conflitos históricos, políticos e culturais entre a América do Norte e Europa com o México, desviando a atenção do receptor da mensagem apenas para a peça têxtil, e *eufemizando* a cultura norte-americana e europeia, conferindo-lhes prestígio de sociabilidade com outras culturas, como se nunca houvessem ocorridos conflitos e choques culturais entre os dois povos. Esta foto foi utilizada para divulgar o desfile de Lacroix, e a mesma desconstrói a essência aurática original da obra de Frida kahlo, *Auto-Retrato como Tehuana* ou *Diego no meu Pensamento (1943)*, pois deslegitima e dessublima a cultura mexicana e os hábitos das mulheres de Tehuantepec, ao vestir uma mulher caucasiana com os trajes tehuanas, justamente quando as “tehuanas” eram ativistas em movimentos libertários da cultura mexicana, pré-hispânica, contra a imposição da cultura norte-americana e europeia.

Portanto esta fotografia, que opera como uma ação publicitária a favor da marca Christian Lacroix, traz uma ideologia que serve para manter o controle social. O objeto difunde a idéia de grupos dominantes, criando uma falsa consciência no grupo dominado: primeiramente de que os norte-americanos e europeus estão homenageando e ressaltando a cultura mexicana pré-hispânica por meio da criação e divulgação desta peça têxtil. A partir desta primeira falsa consciência criada, o receptor da mensagem pode chegar ao seguinte pensamento: que as vestes das noivas mexicanas não possuem nenhum valor que exalte a cultura nacional contra a imposição da cultura estrangeira, já que esta veste está sendo usada por uma modelo que não tem raízes mexicanas, em um evento de moda em Paris – país europeu. Esta falsa consciência se contradiz com os valores políticos e culturais da artista Frida Kahlo, e de sua obra de arte “Auto-Retrato como Tehuana” (1943). Os paradoxos que surgem nesta análise coexistem sem apresentar aspectos conflitantes quando o receptor interpreta a mensagem icônica ou indicialmente. Somente após reflexão e interpretação simbólica, é que se elucida o conflito ideológico intrínseco nos signos imagéticos.

A seguir apresentaremos mais um objeto que se referencia à artista, e que apresenta conteúdo ideológico por ressaltar a sensualidade estética acima dos valores culturais de Frida.

3.2 LEILA JAMACARU: SENSUALIDADE E EXPOSIÇÃO DO FEMININO

A estilista Leila Jamacaru, ao se graduar em Moda, em 2009, criou seu trabalho de conclusão de curso inspirado em Frida, intitulado: “Os Desvaneios de Frida kahlo” (JAMACARU, 2009). Posteriormente produziu um editorial de moda também inspirado na artista. Segue uma cópia de uma das fotos do trabalho de conclusão de curso de Jamacaru:



Visibilidade na Moda.Os Desvaneios de Frida Kahlo por Leila Jamacaru. Disponível em: <<http://visibilidadenamoda.blogspot.com/>> acessado em 24/10/2009 às 00:11h.

A seguir, apresentam-se três reproduções de fotos do editorial de Jamacaru para revista:



Muito – Revista semanal do Grupo A Tarde. Fashion Frida. Disponível em: <<http://revistamuito.atarde.com.br/?p=2668>> acessado em 24/10/2009 às 00:18h.



Muito – Revista semanal do Grupo A Tarde. Fashion Frida. Disponível em: <<http://revistamuito.atarde.com.br/?p=2668>> acessado em 24/10/2009 às 00:18h.



Muito – Revista semanal do Grupo A Tarde. Fashion Frida. Disponível em: <<http://revistamuito.atarde.com.br/?p=2668>> acessado em 24/10/2009 às 00:18h.

Leila Jamaru, ao mesclar elementos de vestuário e acessórios da cultura índia mexicana com a nudez parcial da modelo, gera um paradoxo. Frida, segundo Kettenmann (1994), participava ativamente de movimento feministas. Os movimentos lutavam sim a favor da liberdade feminina, mas contra a banalização da mulher e de seu corpo como objeto. Até em sua vida pessoal, Frida demonstrou seguir estes valores: ao reatar seu casamento com Diego Rivera, só o fez com a condição de que ela pudesse se sustentar com o

próprio trabalho e que as despesas financeiras fossem divididas igualmente entre o casal (KETTENMANN, 1994). Portanto, novamente tendo como base o conceito de ideologia apresentado por Thompson (1995), o trabalho de Leila Jamaru destaca a sensualidade feminina, sobrepondo a sexualidade e ofuscando ideologicamente, através *dissumulação*, os valores morais de Frida e de sua cultura. Através do modo de operação ideológico da unificação, Leila Jamaru padroniza e unifica a identidade feminina de Frida Kahlo.

Ao sobrepor a sensualidade feminina aos valores da cultura índia mexicana, o sujeito receptor na mensagem tem grandes probabilidades de se manter na primeiridade ou secundidade - ou seja, na interpretação significativa icônica e indicial, por se “encantar” apenas com a estética da imagem - tendo dificuldades de analisá-la e de alcançar a terceiridade, a interpretação simbólica, onde ele identificaria o paradoxo do conceito da imagem com a essência original de Frida Kahlo.

Agora trataremos da ideologia, contida nos próximos objetos a serem analisados, que reforçam os padrões de estética e de beleza globalizados pelos países norte-americanos e europeus.

4.3 REVISTA HARPERS BAZAAR, DUJOUR MAGAZINE, REVISTA CRIATIVA E O ESTILISTA JEAN PAUL GAUTIER: O PADRÃO DE BELEZA NORTE-AMERICANO INTRÍNSECO EM REFERÊNCIAS À ARTISTA FRIDA KAHLO.

Seguem-se abaixo, outras imagens a serem analisadas, que serviram como ação publicitária, referenciando a artista Frida Kahlo. Primeiramente serão apresentadas todas as imagens, suas referências e origens, e posteriormente apresentar-se-á a análise e conclusão de todas as fotografias, pois estas apresentam o mesmo conceito imagético/ideológico.

A estilista Maria Carla Boscono divulgou um editorial inspirado em Frida Kahlo na Revista Harpers Bazaar, em 2001²⁶. Abaixo, segue como exemplo, uma das fotos:

²⁶ Blog Flavia Lafer. Frida. Disponível em: <<http://www.flavialafer.com/blog/?p=1039>> acessado em 24/10/2009 às 00:42h.



Blog Flavia Lafer. Frida. Disponível em: <<http://www.flavialafer.com/blog/?p=1039>> acessado em 24/10/2009 às 00:42h.

Em 1998, o estilista Jean Paul Gautier realizou um desfile onde apresentou uma criação inspirado também em Kahlo:



Blog Flavia Lafer. Frida. Disponível em: <<http://www.flavialafer.com/blog/?p=1039>> acessado em 24/10/2009 às 00:42h.

A Revista Dujour do mês de Abril de 2009 traz um editorial que foi clicado por Denise Boomkens, intitulado “Frida Come Back to Me” ²⁷. A seguir, visualizamos quatro cópias das fotos deste editorial:



Revue de Mode. Dujour Magazine – Frida Kahlo. Disponível em:
<<http://revuedemode.blogspot.com/2009/03/dujour-magazine-frida-kahlo.html>>
acessado em 24/10/2009 às 00:57h.

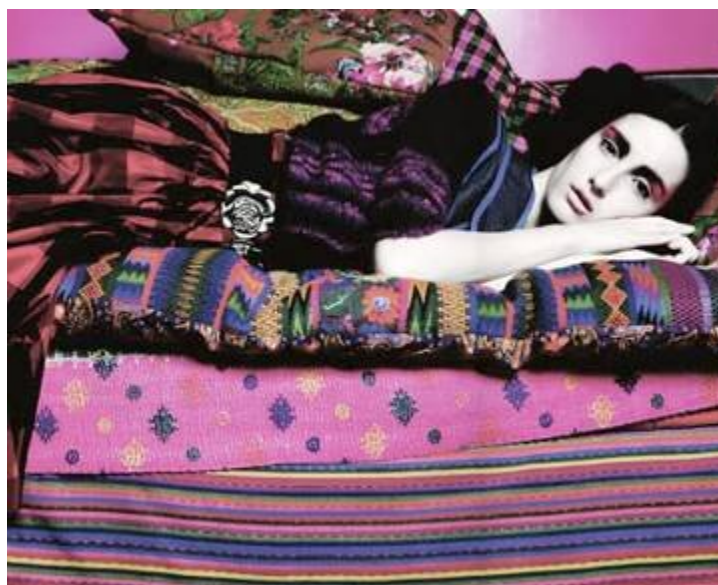
Revue de Mode. Dujour Magazine – Frida Kahlo. Disponível em:
<<http://revuedemode.blogspot.com/2009/03/dujour-magazine-frida-kahlo.html>>
acessado em 24/10/2009 às 00:57h.



Revue de Mode. Dujour Magazine – Frida Kahlo. Disponível em:
<<http://revuedemode.blogspot.com/2009/03/dujour-magazine-frida-kahlo.html>>
acessado em 24/10/2009 às 00:57h.



Revue de Mode. Dujour Magazine – Frida Kahlo. Disponível em:
<<http://revuedemode.blogspot.com/2009/03/dujour-magazine-frida-kahlo.html>>
acessado em 24/10/2009 às 00:57h.



Revue de Mode. Dujour Magazine – Frida Kahlo. Disponível em: <<http://revuedemode.blogspot.com/2009/03/dujour-magazine-frida-kahlo.html>> acessado em 24/10/2009 às 00:57h.

A revista Criativa, edição publicada em 2008, apresenta uma foto de editorial, da estilista Flávia Lafer, também referenciando à Frida Kahlo²⁸:



Blog Flavia Lafer. Frida. Disponível em: <<http://www.flavialafer.com/blog/?p=1039>> acessado em 24/10/2009 às 00:42h.

²⁸ Blog Flavia Lafer. Frida. Disponível em: <<http://www.flavialafer.com/blog/?p=1039>> acessado em 24/10/2009 às 00:42h.

Todas as imagens apresentadas acima têm por referência a artista Frida Kahlo. Analisando a estética das fotografias, todas elas mesclam elementos, principalmente de vestuário, da cultura norte-americana e europeia com elementos da cultura índia mexicana. Podemos perceber que o estereótipo físico das modelos é magro, atendendo ao padrão europeu e norte-americano de beleza, assim como a maquiagem utilizada, que também se enquadra no padrão da moda que foi influenciada por estes países.

A maioria dos países sofreu e sofre a influência da cultura europeia e norte-americana, que se propaga pela mídia de massa, e interfere no contexto original da cultura do país. Frequentemente observamos mutações e reconstruções dos olhares estéticos e dos padrões de beleza, que se voltam, cada vez mais, ao padrão dos países que são mais poderosos economicamente, concentrados no continente Europeu e Norte-Americano. Porém, a artista mexicana aqui referenciada, faz parte de um grupo demonstrou resistência frente à imposição da cultura estrangeira, participando ativamente de movimentos políticos e culturais libertários, preservando sua cultura nacional, e rejeitando a cultura alheia.

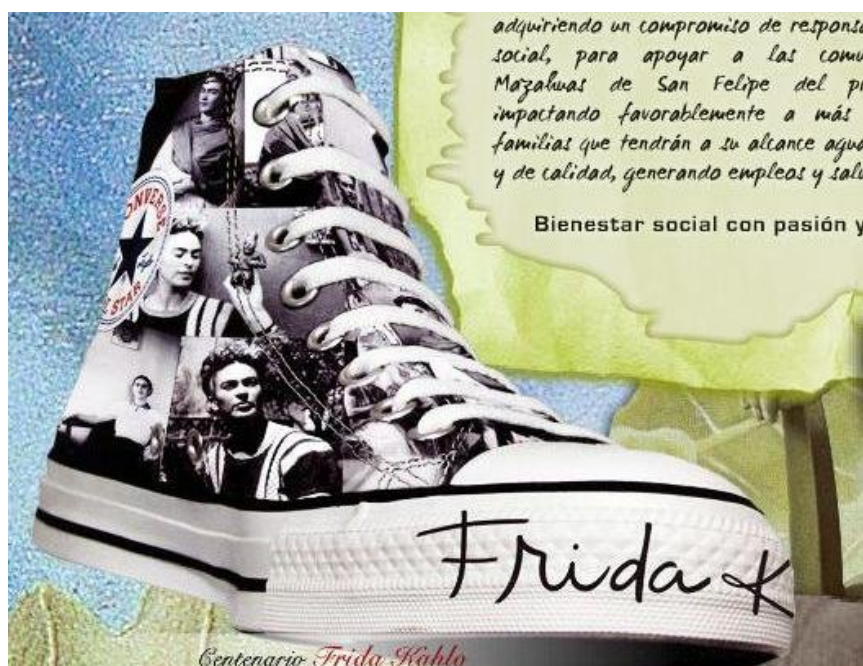
Ao analisar um auto-retrato ou uma fotografia de Frida, é nítido que a artista não se adequava aos padrões de beleza da época, devido aos valores da cultura índia mexicana, que ela cultivava.

Tomando como base o conceito de Thompson (1995) acerca da ideologia a serviço do poder, a ideologia se apresenta nas imagens acima em seu modo operante de *legitimação*, conferindo prestígio ao padrão de beleza norte-americano e europeu, bem como à sua cultura. Através da estratégia de *universalização* e também através do modo de *unificação*, o sujeito receptor da mensagem possivelmente se ligará à identidade cultural apresentada nas imagens, e tomará para si os conceitos estéticos de beleza que foram apresentados.

Novamente podemos observar a existência de um paradoxo que coexiste sem, inicialmente, gerar conflito. Os conflitos ideológicos só saem das entrelinhas quando o objeto em questão é analisado, estudado e refletido.

3.4 FRIDA KAHLO CORPORATION: ALL STAR INSPIRADO EM FRIDA.

O último e mais intrigante produto a ser analisado é o que mais se contrasta com a essência da artista mexicana. Inspirado em Frida Kahlo, foi lançado pela “Converse” em parceria com “Frida Kahlo Corporation”, cinco modelos do tênis All Star. Os modelos apresentam reproduções de fotografias da artista, um fragmento de sua obra *As Duas Fridas* e outro de seu diário, além de sua assinatura. As peças foram criadas por desenhistas do México e da Itália, e foram lançadas na véspera da comemoração do centenário de sua morte.



Frida Kahlo Corporation. Licencias – Converse. Disponível em <http://www.fkahlo.com/espanol/index_espanol.html acessado em 24/10/2009> às 01:39h.



Frida Kahlo Corporation. Licencias – Converse. Disponível em http://www.fkahlo.com/espanol/index_espanol.html acessado em 24/10/2009> às 01:39h.



Frida Kahlo Corporation. Licencias – Converse. Disponível em <http://www.fkahlo.com/espanol/index_espanol.html acessado em 24/10/2009> às 01:39h.

A empresa Frida Kahlo Corporation é dirigida pelas duas herdeiras da pintora, Isolda Piñedo Kahloneta, sobrinha de Frida, e Mara Romeo Piñedo Kahlo, filha de Isolda. A Converse, detentora da marca All Star, é uma empresa norte-americana, fundada nos EUA em 1908. Um dos descendentes de Diego Rivera não condorda com o lançamento dos produtos e declarou que os familiares de Frida estão “prostituído sua imagem”.

A discordância deste produto com os valores culturais de Frida Kahlo, realmente é bem impactante. Em grande parte de sua vida, Frida participou ativamente de movimentos culturais e foi filiada ao Partido Comunista, adepta do marxismo, e defendia a independência e valorização da cultura mexicana.

A Converse é uma empresa oriunda dos EUA, que se globalizou e hoje oferece seus produtos a diversos países. A trajetória da empresa, conforme a consulta de seu site²⁹, se baseia, administrativamente, no liberalismo capitalista e apóia um esporte oriundo dos Estados Unidos da América: o basquete. Em 1921, o jogador de basquete Charles “Chuck” Taylor se une a empresa, mas em 1930 que ele passa a assinar oficialmente a marca. Com o início da NBA, houve uma parceria entre as duas empresas e todos os jogadores passaram a calçar o tênis All Star. Com o sucesso da NBA, a Converse ganha espaço na mídia e conquista cada vez mais clientes. A All Star faz parte de um grande grupo de marcas norte-americanas que tiveram grande expansão de vendas e lucros com o fenômeno “American Way of Life”, e a Converse, a partir daí, se tornou uma das marcas mais poderosas economicamente e culturalmente falando.

No caso dos modelos do tênis All Star inspirados em Frida, os paradoxos ideológicos conflitantes podem ser percebidos já na interpretação icônica ou indicial, pois a marca Converse está diretamente ligada, no imaginário social, ao rock, à cultura pop, ao Estados Unidos da América e à sociedade industrial. Portanto o produto e a marca não têm nada em comum

²⁹ Converse. História Converse – All Star. Disponível em: <<http://www.converseallstar.com.br/converse> acessado em 24/10/2009> às 02:11h.

com a artista mexicana, muito menos com a sua cultura, seu ideal político e seus valores. Nem mesmo com seus gostos pessoais, pois Frida nunca demonstrou simpatia aos EUA e à maioria dos estadunidenses, muito pelo contrário, ela deixou claro em cartas à amigos e em seu diário a antipatia que sentia em relação ao país e seus habitantes. As imagens apresentam a ideologia em seu modo operante da *dissimulação* e da *legitimação*, ofuscando e inebriando os paradoxos culturais entre a marca Converse e a cultura mexicana, e conferindo prestígio à cultura norte-americana.

Portanto o produto All Star é totalmente discordante da figura de Frida Kahlo, e no objeto imagético analisado, só se aproxima da mesma devido às fotos de suas obras e dela própria. Fora isto, é fato que não se encontra nenhum elemento que seja comum à cultura índia mexicana e nem ao comunismo. Todas as referências midiáticas analisadas esvaziam ideologicamente a essência da artista mexicana, sua cultura, seus valores, sua política e o conteúdo de suas obras, criando uma falsa consciência no receptor da mensagem, que se as interpreta icônica ou indicialmente, tem grandes probabilidades de inverter valores e acreditar que os grupos dominantes estejam propagando positivamente os valores da cultura mexicana e homenageando a artista, quando simplesmente estão distorcendo e afetando o exemplo de resistência e luta contra a dominação cultural e econômica de grupos superiores.

Após a análise de algumas referências à Frida Kahlo nos veículos da Indústria Cultural, e os esclarecimentos sobre as consequências dos paradoxos ideológicos criados e o esvaziamento do conteúdo original aurático da artista e de suas obras, faz-se necessário os apontamentos finais. Também tentaremos contribuir para a questão levantada na introdução deste estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No que se refere à cultura, a batalha “Nacional x Estrangeiro” há tempos vem se manifestando, principalmente nos países latino-americanos, que sofrem a imposição da cultura europeu-norte-americana. Nos veículos de comunicação de massa, o número de produções de origem estrangeira é exorbitante, e os produtos da indústria cultural são, principalmente nos países da América Latina, dirigidos a uma minoria mais favorecida economicamente, minoria esta que se expandiu devido ao capitalismo. Desta forma, é gerada uma produção cultural que se legitima e se estende por todos os demais grupos sociais, fazendo com que os grupos sociais menos favorecidos vivam realidades que não são as suas. E com o “bombardeio” midiático/cultural, o que se resulta daí, é a obtenção de uma cultura homogênea, já prevista por Karl Marx, segundo Coelho (2003), no século XIX. A universalização da cultura é então apresentada como conteúdo do desenvolvimento da tecnologia, massificando as nações e também os indivíduos. Portanto, as preocupações culturais têm como preocupação maior o ato de vender algo, e para vender é preciso que se crie e mantenha o hábito de consumir.

O que se observa, não só na cultura latino-americana, é a falta de adesão à luta contra a imposição da cultura européia/norte-americana. Quando não há um conflito entre as duas culturas, o conformismo ganha espaço e a cultura alheia é imposta a todos por meio dos veículos de comunicação de massa. A ideologia comunicada nos veículos da indústria cultural mantém os indivíduos alienados por meio do divertimento, dificultando a reflexão e colaborando para a manutenção do conformismo e da ordem social vigente. Mesmo com as inovações tecnológicas e as transformações a respeito da indústria cultural, o conteúdo e o modo como este é difundido, ainda são os mesmos. Por isso retomamos a pergunta feita na introdução deste estudo: Como então reformar ou revolucionar o processo ainda vigente de alienação pela indústria cultural através da representação indicial?

Adorno (1995) aponta que o fetichismo da técnica, ou seja, a idolatria por coisas, máquinas e objetos, faz com que o sujeito seja manipulado, se coisifique e apresente uma consciência também coisificada. Adorno sugere

uma nova referência à educação, a educação emancipatória do sujeito como processo de transformação social. Essa emancipação da educação pode ser alcançada, segundo Adorno, não apenas com a introjeção de valores pré-determinados, mas sim por meio da experiência e da reflexão, democrática e subjetiva, transformando os indivíduos em sujeitos emancipados, ética e politicamente. Para tanto a educação precisa efetivar-se como formação cultural.

Mas a questão é mais complexa. Como emancipar a educação e criar uma sociedade com verdadeira consciência crítica, formada cultura, ética e politicamente se os educadores também são sujeitos integrantes de uma sociedade tecnocrática? Se também possuem uma consciência em forma de mosaico, coisificada, e se também recebem mensagens que se restringem ao nível indicial de interpretação?

Como vimos, a mídia é influenciadora na consciência individual e conseqüentemente também na coletiva. Portanto a solução se encontra justamente onde está o problema. A reflexão, a simbolização e a possibilidade da obtenção de uma consciência livre do indivíduo e, por conseguinte da sociedade, só será possível por meio da mídia. O receptor das mensagens ideológicas da midiação da cultura, acaba por desvalorizar sua própria cultura e privilegiar a cultura alheia, sendo, portanto, dominado ética e culturalmente, acatando valores que se universalizam através da comunicação de massa e da publicidade. Portanto, cabe a nós, sujeitos manipulados, que reinvidiquemos a transformação da educação e sua emancipação aos responsáveis pelo conteúdo midiático. A responsabilidade e a divulgação ideológica midiática se detêm nas mãos do governo e dos grupos mais favorecidos economicamente, ou seja, da classe dominante.

A solução para a problemática da sociedade pós-moderna se encontra ainda na parte inicial deste trabalho. Os sujeitos que percebem e discordam da dominação e imposição da cultura alheia pertencente aos grupos dominantes; da alienação hoje causada pela mídia da comunicação de massa, que difunde mensagens ideologicamente, manipulando e causando a falsa consciência, a coisificação, a irreflexão e o conformismo, devem, assim como Frida Kahlo, deixarem de ser conformados e passar a lutar ativamente contra este processo.

Devemos exigir a emancipação de nossa consciência, de nossa cultura e dos nossos valores. Temos direito de participar ativamente na mídia, de também emitir conteúdo, e não só receber e introjetar. A população pratica e conhece mais a cultura estrangeira do que sua própria cultura. Isto se deve aos meios de comunicação de massa, que privilegiam e legitimam a cultura alheia. A emancipação da educação só irá ocorrer quando a mídia abrir mais espaço a conteúdos culturais, políticos e educacionais que não sigam o ritmo frenético do atual conteúdo exibido, possibilitando a resposta do receptor da mensagem, sua reflexão e interpretação simbólica.

Portanto, o que se sugere no presente estudo para minimizar o conformismo e a imposição da cultura alheia, a favor da emancipação de nossas consciências através da abertura de mais espaço midiático para a cultura nacional do que para a cultura estrangeira, para que tenhamos consciências autônomas, críticas e livres, é a adesão à movimentos culturais e políticos, e a reivindicação – assim como Frida participou de movimentos culturais, artísticos e políticos que lutavam para manter a cultura índia mexicana e contra a imposição capitalista - de uma sociedade que mantenha espaço aberto à sua cultura original e a divulgação desta.

Partindo deste contexto, este trabalho buscou contribuir para a investigação da utilização de referências à artista mexicana Frida Kahlo, por meio de mensagens difundidas nos veículos da Indústria Cultural que relacionam publicidade e arte com a mesma. Diante disto, buscaram-se dois enfoques: o processo de esvaziamento de conteúdo e essência cultural e, principalmente política, das obras da artista; bem como o paradoxo ideológico político que ocorre ao se comparar o conteúdo das mensagens com o conteúdo ideológico original transmitido pela artista em suas pinturas e atitudes.

Foram selecionadas 15 imagens de ações publicitárias indiretas que fazem menção à artista. A análise deste material propiciou verificar que de fato essas mensagens, através de ideologia, alteram e esvaziam a essência aurática original das pinturas de Frida Kahlo.

Os estudos de Benjamin já haviam comprovado a perda da aura da arte quando esta é reproduzida tecnicamente para consumo em massa. A partir deste trabalho, é possível dizer que, quando a artista Frida Kahlo ou suas

obras, são referidas em uma ação publicitária, ocorre o esvaziamento ideológico do conteúdo, essência e significação originalmente difundidos em suas pinturas e em suas atitudes. O estudo com enfoque específico da comunicação publicitária com as obras da artista mexicana, ainda não é muito explorado. Desta forma este trabalho pode contribuir para a iniciação de uma investigação minuciosa, em pormenores, do tema.

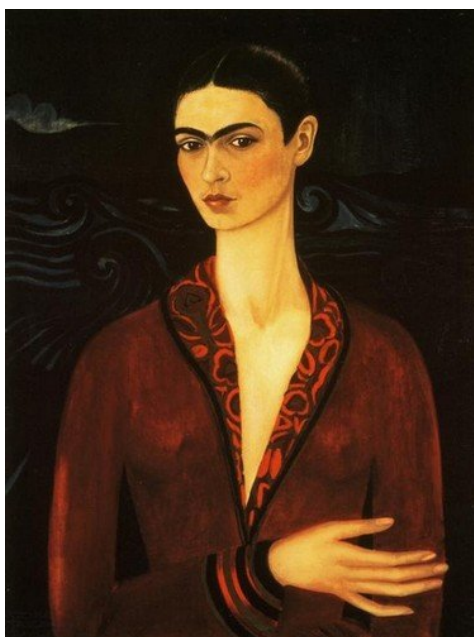
6 ANEXOS

1 OS MEUS AVÓS, OS MEUS PAIS E EU (1936)



Mis abuelos, mis padres y yo, 1936. Óleo e têmpera sobre metal, 30,7 x 34,5 cm. Nova Iorque (NY), Collection, The Museum of Modern Art, doação de Allan Roos, M.D. e B. Mathieu Roos. (KETTENMANN, 1995, p. 94).

2 AUTO-RETRATO COM VESTIDO DE VELUDO (1926)



Autorretrato com traje de terciopelo, 1926. Óleo sobre tela, 79,7 x 60 cm. Cidade de México, Legado de Alejandro Gómez Arias. (KETTENMANN, 1995, p. 94).

3 O HOSPITAL HENRY FORD ou A CAMA VOADORA (1932)



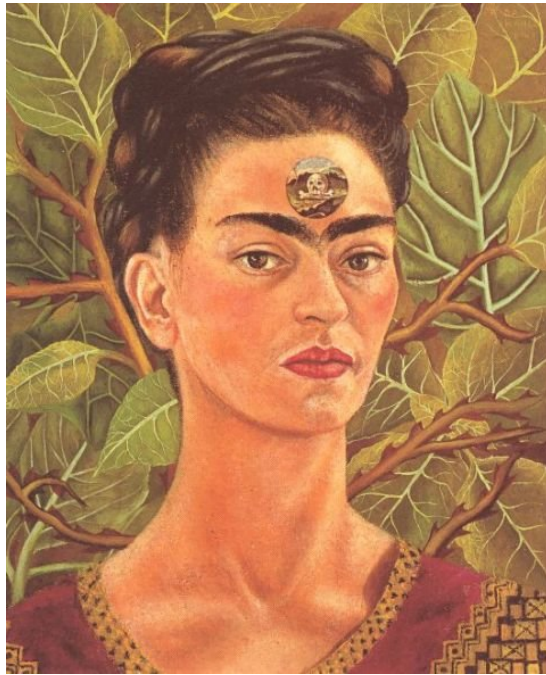
Henry Ford Hospital o La Cama volando, 1932. Óleo sobre metal, 30,5 x 38 cm. Cidade do México, Coleção Dolores Olmedo. (KETTENMANN, 1995, p. 94).

4 AS DUAS FRIDAS (1939)



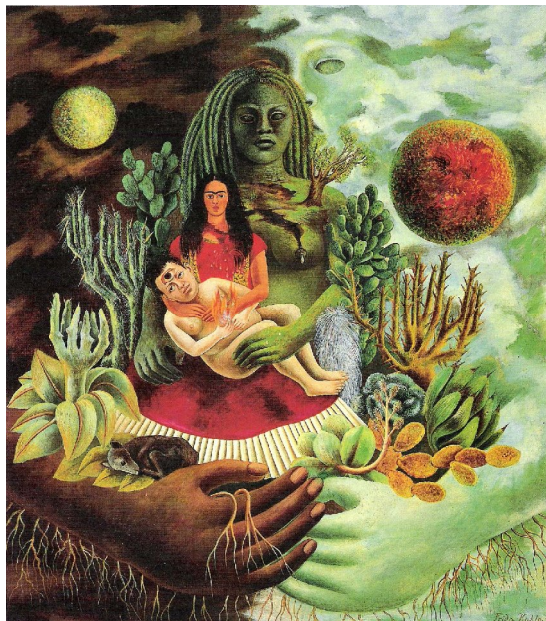
Las dos Fridas, 1939. Óleo sobre tela, 173,5 x 173 cm. Cidade do México, Museo de Arte Moderno. (KETTENMANN, 1995, p.95).

5 AUTO-RETRATO PENSANDO NA MORTE (1943)



Pensando em la muerte, 1943. Óleo sobre tela, montado em masonite, 44,5 x 36,3 cm. Coleção Andrea Kettenmann (KETTENMANN, 1995, p. 95).

6 O Abraço Amoroso entre o Universo, a Terra (México), Eu, o Diego e o Señor Xólotl (1949)



El abrazo de amor de El universo, la tierra [México], Yo, Diego y El señor Xólotl, 1949. Óleo sobre tela, 70 x 60,5 cm. Cidade do México, Coleção Jacques & Natasha Gelman. (KETTENMANN, 1995, p. 95).

7 ARVORE DA ESPERANÇA, MANTÉM-ME FIRME (1946)



Arbol de la esperanza, manténte firme, 1946. Óleo sobre masonite, 55,9 x 40,6 cm. Paris, Coleção Daniel Filipacchi. (KETTENMANN, 1995, p.95).

8 AUTO-RETRATO NA FRONTEIRA DO MÉXICO COM OS ETADOS UNIDOS (1932)



Autorretrato em la frontera entre México y los Estados Unidos, 1932. Óleo sobre metal, 31 x 35cm. Nova Iorque (NY), Coleção Manuel Reyero. (KETTENMANN, 1995, p. 94).

9 MEU VESTIDO ESTÁ ALI PENDURADO ou NOVA IORQUE (1932)



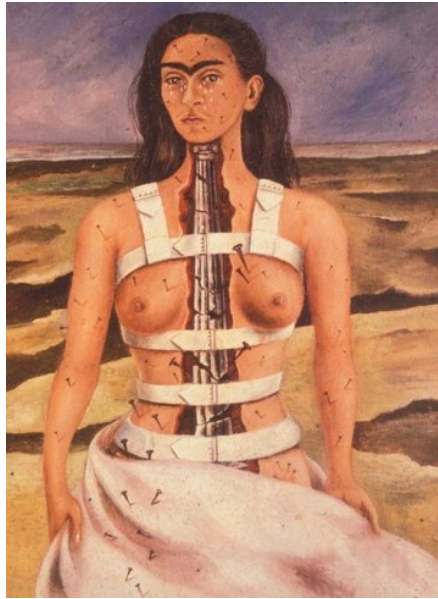
Allácuélgala mi vestido o Nova Iorque, 1933. Óleo e colagem sobre masonite, 46 x 50 cm. São Francisco (CA), Hoover Gallery, Herdeiros do Dr. Leo Eloesser. (KETTENMANN, 1995, p. 94).

10 AUTO-RETRATO COM CABELO CORTADO (1940)



Autorretrato con pelo cortado, 1940. Óleo sobre tela, 40 x 27,09 cm. Nova Iorque (NY), Collection, The Museum of Modern Art, doação de Edgar Kaufmann Jr. (KETTENMANN, 1995, p.95).

11 A COLUNA PARTIDA (1944)



La columna rota, 1944. Óleo sobre tela, montado em masonite, 40 x 30,7 cm. Cidade do México, Coleção Dolores Olmedo. (KETTENMANN, 1995, p. 95).

12 O MARXISMO DARÁ SAÚDE AOS DOENTES (CERCA DE 1954)



El marxismo dará salud a los enfermos, cerca de 1954. Óleo sobre masonite, 76 x 61 cm. Cidade do México, Museo Frida Kahlo. (KETTENMANN, 1995, p. 96).

7 REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ADORNO, Theodor W. **Educação e Emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

DOMINGOS, Carlos. **Criação sem Pistolão**. Edição 3ª – Editora Negócio, ano 2003.

FEUERBACH, Ludwig. **A Essência do Cristianismo**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

KETTENMANN, Andrea. **Frida Kahlo - 1907 – 1954. Dor e Paixão**. Colônia: Taschen Verlag, 1994.

LAFARGUE, Paul. **O Direito à Preguiça**. São Paulo: Editora Hucitec/ Editora Unesp, 1999.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MARCUSE, Herbert. **A Ideologia da Sociedade Industrial**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MARCUSE, Herbert. **Eros e Civilização: Uma Crítica Filosófica ao Pensamento de Freud**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968.

MARQUES, Ademar Martins. Flavio Costa BERUTTI, Ricardo de Moura FARIA. **História Contemporânea através de textos**. 11 ed. São Paulo: Contexto, 2005.

MESTRE, Miguel Santesmases. **Términos de Marketing**. Madrid: Ediciones Pirámide, 1996.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

AMORIM VIEIRA, Elisa Maria; SILVA, Andréa de Castro H. da; VIEIRA, Lílian Nunes; BARROS, Lucinéia Aparecida Lopes de; CORDEIRO, Michele Cristina; SANTOS, Vanessa de Paula R. dos. **Fuentes e Paz: Diálogos sobre a Cultura Mexicana**. Disponível em:

<<http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/volumes/32/htm/comunicagt007.htm>
acessado em 08/10/2009> às 22:32h.

Grupo de Estudos Linguísticos do Estado de São Paulo (GEL). Diálogos sobre
a Cultura Mexicana: Disponível em:
<<http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/volumes/32/htm/comunica/gt007.htm>
>. acessado em 08/10/2009 às 23:14h.

Universidade Severino Sombra. Muralismo Mexicano:
Intelectuais e arte na tentativa de forjar uma nação: Disponível em:
<[http://www.cesumar.br/comunicacao/arquivos/tccpub2008/tccpub2008_elisa.p
df](http://www.cesumar.br/comunicacao/arquivos/tccpub2008/tccpub2008_elisa.pdf)>. acessado em 08/10/2009 às 23:32h.