

Mona Pop: o Funk, a Moda e a Arte na Periferia

Josenilde SOUZA¹

Fernanda BRAGUIM²

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial-SENAC, São Paulo, SP

RESUMO

Este projeto tem como finalidade unir o universo da moda e da arte à periferia, tendo como ponto de encontro o quadro *Mona Lisa*, de Leonardo Da Vinci, com sua massificação ao longo do tempo em paralelo à trajetória da mulher periférica nos dias atuais. Ao trazer a *Mona Lisa* como o elo de ligação, a busca pela sua história se fez necessária e constatou-se que ela foi uma mulher real e se tornou uma figura midiática, parte da cultura de massa. Sua visão feminina faz com que questione se toda mulher poderia ser como ela. Na contemporaneidade, alguém que luta para atingir seus objetivos, deixando de lado uma imagem estereotipada se apresenta como a mulher periférica. A conclusão desse processo será a elaboração de um *styling* para a produção de um videoclipe de *funk*, o qual desconstruirá valores e exaltará a mulher da periferia.

PALAVRAS-CHAVE: *Styling*; Arte; *Mona Lisa*; Periferia; Mulher.

INTRODUÇÃO

Como os fenômenos culturais, moda e arte estão presentes em todos os cantos do nosso planeta. *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci, retrata uma mulher comum de sua época, sendo a obra de arte mais conhecida de todos os tempos. A periferia, lugar de pessoas comuns, produz arte. Assim, o projeto nasceu da vontade de unir o universo da moda, arte à periferia, tendo como ponto de intersecção entre esses mundos o quadro

Mona Lisa, e sua massificação e as mulheres da periferia, assim como a cultura que as rodeiam.

¹ Doutoranda pela PUC-SP e Orientadora do trabalho. do Curso de Criação de Imagem e Styling de Moda, SENAC e-mail: jooamanda@hotmail.com

² Estudante de Pós-Graduação do Curso de Criação de Imagem e Styling de Moda, SENAC, e-mail: braguim.feh@gmail.com

O processo de execução do projeto se iniciou com pesquisas exploratórias, bibliográficas e a utilização da netnografia. Os processos de arte e moda são colocados lado a lado como fenômenos culturais e sociais que refletem o momento histórico a que estão relacionadas. Elas alimentam a memória da humanidade e retratam o pensamento do período ao qual estavam ligadas. À medida que foi ficando conhecida e famosa, a Mona Lisa foi passando pelo processo de massificação e midiaticização. Tanto assim que, hoje, ao se falar de arte, a primeira imagem a ser lembrada é a dela.

A cultura de massa atinge o maior número possível de pessoas, chegando até mesmo à periferia. A cultura periférica e suas manifestações buscam trazer um sentimento de pertencimento ao lugar e uma conscientização a seus moradores e moradoras. A mulher da periferia é estereotipada, entretanto, ela procura por novos caminhos para melhorar sua vida, alcançar suas metas e lutar por seus direitos.

O projeto se concretiza com a produção de um videoclipe de funk, que dará enfoque à união dos pontos pesquisados e trará a trajetória da personagem Mona Pop e sua descoberta como uma mulher forte e empoderada.

1. MODA E ARTE

1.1 Moda, arte e o novo: as mudanças da sociedade

Ao analisar moda e arte, percebe-se que elas se encontram através dos tempos, transmitindo as transformações culturais e sociais que acontecem. Elas retratam o cotidiano vivido por uma geração em um determinado período: sistema de símbolos que surgem mostrando um contexto social. É um fenômeno cultural complexo, criando uma cadeia que se inicia no conceito e vai até o consumo.

A pesquisadora Daniela Calanca, em seu livro “História Social da Moda”, define moda como um sistema de linguagem, que aparece em contextos distintos, apresentando dicotomia entre o velho e o “novo”, o presente e o passado. Quando a busca pela inovação alcança o diferente e tal fato torna-se uma regra, tem-se a moda. No momento

em que algo se torna obsoleto e “fora de moda”, a novidade assume seu lugar, criando um círculo vicioso.

Outro aspecto a ser levado em conta é o papel da moda e a inserção dos indivíduos no coletivo, pois além de singularizá-los, ela também os coloca dentro de um grupo social, cujo juízo de valor é semelhante. Em outras palavras, por ser sociável, o indivíduo quer fazer parte de uma comunidade, mas ao mesmo tempo quer ser único em suas escolhas. A moda é uma maneira de interpretar o cotidiano contando a história da sociedade. É uma comunicação ímpar e essencial, a qual preserva as principais características do indivíduo: ser único, diferente, entretanto, ao mesmo tempo, ela o faz sentir-se parte de um grupo.

Assim como a moda, a arte também alimenta a memória da humanidade. Ela retrata a visão que o artista tem da vida, instigando o espectador a entendê-la ou a interpretá-la ao seu modo. É fonte para o entendimento das mudanças socioculturais de cada período.

A arte pode elevar o homem de um estado de fragmentação a um estado de ser íntegro, total. A arte capacita o homem para compreender a realidade e o ajuda não só a suportá-la como a transformá-la, aumentando-lhe a determinação do torná-la mais humana e mais hospitaleira para a humanidade. A arte, ela própria, é uma realidade social (FICHER, 1981, p. 57).

É necessário ressaltar a influência da arte contemporânea na moda atual. Suas experimentações e modificações foram agregadas ao mundo da moda, marcando os desfiles e ressaltando a identidade dos símbolos. Assim como na arte contemporânea a moda agrega o abandono dos suportes tradicionais e abraça a influência de novas mídias e tecnologias.

Um exemplo notável dessa apropriação é o trabalho apresentado pelos holandeses Viktor & Rolf, que em sua coleção de outono-inverno 2016 intitulada Wearable art trouxeram criações que são mais que roupas. Estas são, na acepção exata da palavra, obras de arte. As vestimentas foram projetadas para imitar imagens de pinturas e suas molduras. Desafiando concepções óticas, eles mesmos retiraram cinco de suas criações das modelos, transformando-as em pinturas em uma parede branca.

Figura 1 Desfile “Wearable art” dos estilistas Viktor & Rolf (2016).



Fonte: Vogue – Coleção de Viktor e Rolf³

Apesar de sofrer prejulgamento, a moda se apropria de práticas ligadas à arte, procurando se valorizar e se reinventar, mudando seus conceitos e significados. A relação entre enunciado (estilista) e enunciatário (público) deve mostrar o enunciado (conceito) e o desfile por sua vez toma a forma de enunciação. As roupas podem mostrar os sentimentos, o grupo social a que se pertence, os anseios e vivências (SOUZA, 2011).

2. MONA LISA: DA RENASCENÇA ATÉ A MIDIATIZAÇÃO

2.1 Por trás de um sorriso enigmático

A Mona Lisa é um retrato pintado pelo artista italiano Leonardo da Vinci (1452-1519) no Renascimento. O rosto mais conhecido do ocidente é um quadro medindo 77cm X 53cm. Esta obra encontra-se atualmente no museu do Louvre. A Mona Lisa era uma obra relativamente famosa pela sua origem, por ter sido pintada por um grande mestre, mas realmente ganhou notoriedade após um roubo. O roubo e a recuperação de Mona Lisa ofereceram reportagens por transformá-la em uma celebridade, um ser midiático. Na atualidade sua imagem é reconhecida por toda parte: é possível encontrá-la reproduzida em uma gravura, fazendo parte de um grafite, estampada em camisetas e em objetos de uso cotidiano ou, ainda, personificada em propagandas e filmes comerciais.

³ Disponível em: <<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-couture/viktor-rolf/slideshow/collection>> Acesso em: 02 de Maio de 2020

Figura 2: Mona Lisa pintura de Leonardo da Vinci.



Fonte: Wikipedia⁴

Com a sua transformação em figura icônica, artistas consagrados como Marcel Duchamp, Salvador Dali e Andy Warhol, por exemplo, fizeram releituras, criando obras utilizando como base o quadro original de Da Vinci.

Figura 3: Salvador Dali, Auto-retrato como Mona Lisa (1954).



Fonte: Cultura genial⁵

Mona Lisa também conhecida como La Gioconda foi um marco na época em que foi pintada por trazer elementos diferentes na imagem retratada, em que parece ganhar vida. Seu autor Leonardo Da Vinci não precisou seguir as imposições da sociedade da época. Não são muitas as suas obras que sobreviveram ao tempo, mas entre as que são conhecidas a figura feminina ganha destaque.

Até a sua época as figuras femininas, eram, na pintura italiana, representadas de perfil, e com aparência casta. Foi Leonardo quem, pela primeira vez, voltou para o observador as mulheres que retratava, permitindo-lhes um diálogo pessoal. As mulheres de Leonardo têm uma alma e uma vontade forte, movimentam-se no espaço e no tempo

⁴ Disponível em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/Lisa_Gherardini >. Acesso em: 03 de Março de 2020

⁵ Disponível em: < <https://www.culturagenial.com/quadro-mona-lisa/> >. Acesso em: 24 de maio de 2020

e são seres vivos por direito próprio em uma época que mulheres não são protagonistas pelo direito (VAHLAND,2019, p.08).

As obras que ganham destaque, nessa sua visão do feminino, são: Retrato de Genevra de Benci (1474 –1476), A virgem das rochas (1485), Dama com Arminho (1489-1490), La Belle Ferronière (1490-1495).

Da Vinci viveu em um período em que as mulheres tinham seu comportamento ditado por normas determinadas pelos homens. Era uma sociedade machista, com o homem dominando socialmente a mulher, com ele, se antes eram impessoais e vistas principalmente de perfil, agora elas ganharam vida e passaram a olhar diretamente para o espectador, adquirindo poder e autoridade.

2.2 Mona Lisas do Brasil

A busca pelo empoderamento propicia às mulheres melhores condições na qualidade de vida e ajuda na participação de processos decisórios, seja no campo pessoal, político ou econômico. Ao se falar da periferia, logo se imagina um tipo estereotipado: são ligadas à pobreza e lutam pela sobrevivência, vestem-se e falam sempre do mesmo modo, são “chefes” de família. Embora vivam em locais distantes, sejam as responsáveis pelos seus, elas agora têm lares, acesso à faculdade, trabalham fora, estão lutando e conseguindo alcançar o seu espaço. Não têm medo de enfrentar desafios.

A história do Brasil mostra mulheres que lutaram por seus direitos, pela igualdade, pela prerrogativa do poder de ir e vir e de se expressar livremente e são reconhecidas como tal. O artista plástico brasileiro Dilson Cavalcanti, ao homenagear Leonardo da Vinci por seus quinhentos anos, fez uma releitura do quadro Mona Lisa, que apresenta mulheres brasileiras de todos os tempos “monalizadas”. Os quadros de Dílson Cavalcanti integram a exposição Mona Lisas Brasileiras - mulheres à frente do seu tempo, e retratam personalidades femininas de destaque na vida cultural ou histórica do país. As homenageadas foram mulheres de diferentes épocas, mas todas à frente de seu tempo. Dentre as homenageadas estão: Chiquinha Gonzaga (1847-1935); Chica da Silva (1732-1796); Tarsila do Amaral (1886-1973); Carmem Miranda (1909 -1955); Santa Dulce dos Pobres (1914- 2010); Leila Diniz (1945-1972); Elza Soares (1937- Presente); Maria da Penha (1945-Presente); Anita Garibaldi (1821-1849); Cora Coralina (1889-1985).

Além das personalidades escolhidas para a exposição outras brasileiras se destacam e se tornaram figuras icônicas pelo que representam. São bons exemplos: Betha Lutz (1894-1976), Daiane dos Santos (1983-presente), Clarice Lispector (1925 – 1977), Brenda Lee (1948–1996), Marielle Franco (1979–2018), Djamilia Ribeiro (1980-presente), Zuzu Angel (1921-1976), Roberta Close (1964-presente), Marta Vieira da Silva (1986-presente), Rogéria (1943-2017).

É relevante destacar que essas mulheres durante suas vidas são vítimas de sexismo, e têm, por definição, o conjunto de estereótipos quanto à aparência, atos, habilidades, emoções e papéis na sociedade, de acordo com o sexo. Elas enfrentaram desafios e lutaram pelo que acreditavam ser correto. Sua coragem e iniciativa as trouxeram para um lugar de destaque dentro da sociedade de sua época e possibilitou o preenchimento de espaços que lhes eram negados pelas convenções culturais e sociais, servindo de modelo para transformações sociais.

2.3 Massificação dos processos de reprodução na Moda e Arte

Historicamente a arte aparece elitizada, pois os mais poderosos ou abastados tinham facilidade em entrar em contato com ela. De certa forma as obras de arte eram privadas o que impedia os mais simples ou com menor poder aquisitivo conhecê-las. O mundo contemporâneo trouxe à tona a banalização da arte, pois a natureza estética acaba por dominar a produção, distribuição e o consumo. O capitalismo age como um rolo compressor que não respeita as tradições (LIPOVETISKY; SERROY, 2015).

Para o filósofo alemão Walter Benjamin (1892-1940) a obra de arte possui o que chama de “aura”, que a torna única no primeiro momento em que é exposta. Com o aparecimento da fotografia e do filme, acontece uma ruptura no que existia antes: o valor do culto choca-se com o da exposição: o culto representa a necessidade de manter a obra oculta, guardando a sua “magia” enquanto que, com a reprodução técnica, existe uma visibilidade da obra, popularizando-a. Mas ele mesmo conclui que era questão complexa, pois a reprodução trazia em si em um caráter democratizante, permitindo o

acesso à arte e não apenas a destruição das culturas tradicionais e populares. Apesar de não ver as obras presencialmente, o público pode conhecê-las, visualizar suas características e obter informação e formação sobre elas.

2.4 A cultura da periferia

Periferia é uma região distante do centro das cidades, com pouca ou nenhuma estrutura e sem serviços urbanos, onde vive a população de baixa renda. Quando as manifestações culturais passaram a acontecer nestas regiões o termo passou a ter um significado diferente, gerando um sentimento de pertencimento ao lugar. A cultura de periferia surge como um elemento agregador, de união.

Literatura, cinema, teatro, dança, música e outras formas de arte fazem com que a periferia seja vista com outros olhos. Em São Paulo, nas artes visuais, o grafite ocupa um lugar de destaque e na área musical, o *hip hop* abriu caminho para este reconhecimento, embora, na atualidade, o *funk* e suas variações estejam em evidência.

No campo da moda, se antes, as regiões periféricas procuravam imitar o que os mais abastados usavam, agora, ocorre o inverso: através da observação do que se vê nas ruas, estilistas criam suas coleções.

A cultura de massa ou cultura pop está associada à indústria cultural, cujos produtos são produzidos para atingir o maior número possível de pessoas. Uma vez que a cultura pop aparece associada ao consumo de massa com facilidade e está ao alcance de um grande público, é pertinente destacar que o termo pop se alia à ideia de modernidade ao reinventar e reinterpretar conceitos já existentes. Tal fato permitirá a expansão dessas manifestações artísticas e possibilitará as releituras de obras já conhecidas, apropriação de imagens, e a consequente massificação, atingindo a todos, inclusive as periferias.

Villaça (2011) relata o fato da mudança do modo cultural, que vem alavancando a mídia como meio de propagação de cultura, desarticulando o processo de objetificação das mulheres. Hoje o *funk* demonstra o poder de voz que elas têm, a realidade de vida proporcionando mudanças em torno de conceitos antigos, alterando hábitos, fazendo com que ocorra uma inversão de valores: A elite deixa de frequentar lugares destinados à alta sociedade, indo para os locais onde essas mulheres nasceram e conhecem como verdade, trazendo uma nova visão da comunicação global como um todo.

3. DA CONCEPÇÃO À EXECUÇÃO

3.1 O projeto *Mona Pop*

O projeto *Mona Pop* nasceu da vontade de unir o universo da moda e arte à periferia. O ponto de partida para o início do desenvolvimento do projeto foi o interesse despertado pelo estudo do quadro *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci e o porquê de ele tornar-se um fenômeno midiático. Este tópico permite unir e explorar a massificação da arte e a valorização da arte periférica e buscar respostas para reflexões, como o que vale a pena ser pintado, se moda é arte ou se qualquer mulher poderia ser uma *Mona Lisa*, levantando a questão do empoderamento das mulheres. Assim, a escolha do nome *Mona Pop* é uma alusão à força e ao poder das mulheres e à cultura de massa. É uma adaptação de *Mona Lisa*, sendo *Mona*, em italiano uma simplificação de *madonna*, a senhora, e “*Pop*”, vem do inglês *pop*, popular. E para a conclusão do projeto foi criado um *styling* com a finalidade de estabelecer uma narrativa visual por meio da concepção de um vídeo clipe de *funk* que retratará a ligação entre moda e arte, a força midiática da obra de arte quando conhecida e a mulher contemporânea, periférica, que luta para atingir seus objetivos.

3.2 Conceito

O conceito questionar o pitoresco começou a se delinear a partir do significado inicial da palavra pitoresco. Segundo o dicionário Aurélio, “Pitoresco é algo próprio para ser pintado”. Em outras palavras, pitoresco pode ser encarado como algo que é digno de ser pintado. A escolha do questionar induz a busca de uma razão para que algo aconteça, incita ao processo de gerar reflexão, produzir um questionamento, questionar ultrapassa o simples ato de fazer uma pergunta. É uma forma de verificar a veracidade de algo, de incitar reflexões e buscar as razões que geraram tal fato. Assim, questionar o pitoresco vai além da ideia de argumentar a respeito da estética.

O painel imagético do conceito resume o conceito em imagens. É a montagem de um compilado de imagens, obras de artes conceituais. Nota-se a composição de cores e estética do projeto, ressignificando e questionando o pitoresco.

Figura 4: Painel imagético do conceito (Questionar o Pitoresco).



Fonte: Acervo do Autor.

3.3 Styling

Em um mundo onde milhares de fotos são feitas a cada segundo e a renovação de imagens é constante, o *styling* se torna importante por transmitir uma cultura visual através de uma linguagem simbólica. O styling do projeto foi criado com o intuito de fazer conexões visuais e semióticas através de elementos estéticos, os quais foram buscados nos componentes que fazem parte dos looks e são complementados pelo cenário, luzes e maquiagem. A cartela de cores é o fio condutor desse projeto estético, porque com elas, as cores, pode-se fazer parte da atmosfera de cada cena, ao traduzir o consciente ou inconsciente da personagem principal, Mona.

Figura 5: Painel de referências de styling.



Fonte: Acervo do Autor.

O *styling* criado busca unir o presente e o passado: as releituras das obras de arte e o mundo contemporâneo com a imersão no mundo do funk, trazendo uma estética moderna. Ele também apresenta uma linguagem metafórica, que permite através dos looks contar a evolução de Mona e sua transformação em uma mulher forte e empoderada. Ganham destaques os cintos representando o rompimento de seus anseios e dos padrões impostos e também as máscaras empregadas como acessórios, que

representam e homenageiam as muitas mulheres que existem e as lutas. Os looks das demais personagens foram elaborados com cores diferentes para indicar individualidade e lembrar que cada mulher é um ser único, com realidades e sonhos diversos.

Figura 6: *Styling* das personagens do vídeo clipe.



Fonte: Acervo do Autor.

A identidade visual foi complementada pela maquiagem que são como pinceladas de pinturas acompanhando o conceito, A MONA POP se apresenta com seus cachos, subvertendo os valores e deixando de lado os cabelos europeizados, dando um novo significado para Mona Lisa em sua releitura. O mesmo acontece com as obras de arte que ganham vida, que têm seus cabelos estilizados, lembrando os três quadros de Leonardo da Vinci. Na última cena, os cabelos foram elaborados para trazer à tona a modernidade estética do funk contida nos cabelos “molhados” para trás.

3.4 Locação, cenário e objetos de cena.

O ambiente cenográfico onde a gravação foi feita é a parte fundamental para o processo de criação. Ele ajuda na construção da mensagem a ser transmitida. Na filmagem do videoclipe foram utilizados 4 ambientes distintos: um banheiro simples, um estúdio onde foi construído o cenário da “sala dos devaneios”, uma casa antiga e uma locação externa, lugar de onde é possível ver ao redor e permite uma visão panorâmica da periferia.

Os objetos de cena complementam a ambientação cênica, podendo ter um valor simbólico. No videoclipe *Mona Pop* aparecem objetos que têm finalidades que vão além do seu lado funcional. A privada (vaso sanitário) aparece em quase todas as cenas, ela

representa a igualdade das pessoas, já que todo e qualquer ser humano, sem distinção, precisa usá-la. A presença da cadela Sofia na cena que remete ao passado, faz uma analogia ao quadro “Dama com Arminho”, pintado por Da Vinci. Já o lixo representa o descarte de ideias velhas e faz menção à estética criada para o videoclipe. As molduras sugerem aprisionamento. As personagens, ao sair das molduras, rompem com as tradições que amordaçam. Os peitos (de plástico) trazem a ideia de romper os tabus da sociedade. A parece recoberta por eles indica o feminino e o empoderamento da mulher, sua força e poder. A rosa com sangue mostra momentos de dor, traz a ideia da violência contra a mulher, o feminicídio e até mesmo a menstruação, que sempre traz a lembrança do ser mulher. O manequim traduz os valores estéticos e estereótipos que aprisionam o ser humano, sendo que a ausência de cabeça no objeto pode simbolizar uma imposição de padrões de beleza. Para complementar a ambientação cênica, foram utilizados efeitos especiais que deram verossimilhança aos devaneios apresentados pela personagem.

3.5 Iluminação

Para cada cena foi pensado um tipo diferente de iluminação para remeter ao clima necessário. Deste modo, na primeira locação, a iluminação, natural e um pouco mais escura, trouxe um ar de mistério. Na segunda, foi construída uma atmosfera de ansiedade e dramaticidade. O terceiro ambiente traz um clima de espanto e surpresa, já no último ambiente é usada a luz natural dura, vinda do alto, dando mais vida às personagens e aos looks.

3.6 Trilha sonora

Para a trilha sonora foi escolhido o funk, pois ele é um elemento motivador do modo de expressão da cultura periférica. Ele surgiu nos Estados Unidos no final dos anos 1960. Era uma mescla de R&B, jazz e soul: The Black Music. A palavra funk ou *funky* era usada pelos músicos de jazz para pedir à banda mais “força” ao ritmo. Assim, com o tempo os termos *funk/funky* passaram a caracterizar uma música com uma batida constante e melodia própria para dançar.

A letra da música criada especialmente para o projeto, foi uma adaptação dos poemas: “Soneto II Luta” e “Seja Mulher, seja resistência...”, do poeta Luciano Diniz que envolvem as mulheres fortes, contemporâneas e da periferia. Para os ajustes de musicalidade, foram feitas algumas adaptações nos versos, foi colocada uma melodia do

funk tradicional com toques de modernidades e um instrumental que remete ao passado. Além disso, foi introduzido um refrão destacando a questões do feminino. Tudo feito por um DJ especializado. A seguir a letra da música:

“O recado é pra geral (3x)

Ajam como a mãe que sempre protege a cria
Ajam como Sophia deusa da sabedoria
Seja Mona Lisa mulher obra de arte
Seja contra o sexismo o próprio estandarte

O recado é
O recado é
O recado é pra geral
Sexismo não é banal

Mas oh não esqueçam da dor
Não se esqueçam do sangue na flor
Seja como as mulheres a lutar
Pense como Djamilia a filosofar

Refrão (3x)
O recado é pra geral
Sexismo não é banal(...)

Ajam como as mulheres que nunca desistem
Ajam como as mulheres que sempre resistem
Ajam como as mulheres que são correria
Ajam como as mulheres que lutam na periferia

Refrão (2x)
O recado é pra geral
Sexismo não é banal (...)

Ajam como única, quando sentires qualquer
Enfim ajam sempre com a essência de mulher
Que apesar dos pesares jamais desiste da luta

Mostrando sempre a nossa força conjunta
O recado é pra geral Sexismo não é banal”

O enfoque da produção sonora está no empoderamento feminino, deixando de lado a objetificação da mulher e a cultura machista enraizada no Brasil. Esse enfoque une a mulher contemporânea, periférica que luta para alcançar seus objetivos, e a Mona Lisa, e suas expressões midiáticas e a mulher Lisa Gherardini, que desempenhou um papel tradicional dentro da sociedade em que viveu, mas, ao mesmo tempo, rompeu tabus, ao deixar-se ser pintada fugindo dos padrões pré-estabelecidos.

3.7 Síntese do roteiro

O roteiro conta a história de uma mulher que é da periferia. Embora seja culta, tenha estudado, trabalhe, ela é vista através de um estereótipo que a faz não se sentir valorizada e não ocupar seu espaço no mundo. Ela precisa lidar com suas inseguranças e ao vencê-las mostra ao mundo que o sexismo, o preconceito e a desigualdade podem ser superados através da luta, união, força e o empoderamento das mulheres. A personagem principal personifica uma “Mona Lisa” contemporânea e as demais personagens representam quadros renascentistas e por fim a transição até a modernidade.

3.8 Resultado Final

A partir dessa pesquisa foi possível constatar que moda e arte têm conexões através da história. E que a Mona Lisa propiciou o elo entre a mulher da periferia e a arte, uma vez que faz parte da cultura de massa. O resultado final do processo de pesquisa culminou com a elaboração do styling, produção do videoclipe de funk intitulado “Mona Pop”, o qual retratou a desconstrução de estereótipos e a valorização das mulheres da periferia, levando a reflexões a respeito de “Questionar o Pitoresco”. A seguir, o resultado final.

Figura 7: Link para o acesso do videoclipe “Mona Pop”



Fonte: Youtube

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENJAMIN, Walter. **Estética e sociologia da arte**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- CALANCA, Daniella. **História social da moda**. São Paulo: SENAC-SP, 2002.
- CRANE, Diana. **Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.
- FICHER, Ernst. **A necessidade da Arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- HALES, Dianne. **Mona Lisa A mulher por trás do quadro**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2018.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- SASSOON, DONALD. **Mona Lisa - A história da mais famosa do mundo**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- SILVA, Juliana do Carmo. **Cultura Periférica, a voz da periferia**. Orientador: Prof. Dr. Denis Oliveira. 2013. 74f. TCC (Pós-Graduação) – Curso Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, CELACC / ECA – USP São Paulo. Disponível em: <http://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/683-1889-1-PB.pdf>. Acesso em 1.out. 2020.
- SOUZA, JOSENILDE SILVA. **Desfile de Moda nos espaços da cidade** – abordagem semiótica dos regimes de visibilidade de identidade, de interação e de sentido. Orientadora: Ana Claudia Mei Alves de Oliveira, 2011. (Dissertação) Curso de pós graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011.
- SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- VAHLAND, Kia. **Leonardo da Vinci e o feminino**. São Paulo: Novo século, 2019.
- VILLAÇA, Nizia. **A periferia pop na Idade Mídia**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.