

UM DIÁLOGO ENTRE HANNAH HÖCH E SARA CWYNAR: MONTAGEM, MODA E REPRODUTIBILIDADE

Isabel Ávila de Souza Lima

Resumo: A partir da análise comparativa de imagens, demonstra-se como *A linda menina* (1920) de Hannah Höch e a *Sahara from Sense.com* (*As Young as You Feel*) (2020) de Sara Cwynar articulam criticamente a publicidade e as representações do feminino, refletindo, por meio do método de montagem, o caráter dúbio da moda. Tal discussão recorre a reflexões de Simmel, Benjamin e Adorno, entendendo a moda como um campo de tensão entre apologia ao status quo e consciência histórica.

Palavras-chave: Hannah Höch. Sara Cwynar. Moda. Montagem. Reprodutibilidade.

A DIALOG BETWEEN HANNAH HÖCH AND SARA CWYNAR: MONTAGE, FASHION, AND REPRODUCIBILITY

Abstract: A comparative analysis of images shows how Hannah Höch's *The Beautiful Girl* (1920) and Sara Cwynar's *Sahara from Sense.com* (*As Young as You Feel*) (2020) critically articulate advertising and representations of the feminine, reflecting, through the montage method, the dubious nature of fashion. This discussion draws on reflections by Simmel, Benjamin and Adorno, understanding fashion as a field of tension between apology for the status quo and historical consciousness.

Keywords: Hannah Höch. Sara Cwynar. Fashion. Montage. Reproducibility.

Tendo estudado artes gráficas no Instituto Estadual do Museu de Artes Aplicadas e desenhado padrões para trabalhos manuais, os quais seriam publicados em revistas da Ullstein Verlag, a artista alemã Hannah Höch¹ é mais conhecida por sua relação com o movimento dadaísta e por suas colagens com fotos recortadas – técnica que inventou junto de Raoul Hausmann e que em comum acordo com Grosz, Heartfield e Baader foi denominada *fotomontagem* (Hausmann, 1992). É interessante notar que, além de produzir trabalhos para serem publicados nas revistas da Ullstein, Höch utilizava as fotografias veiculadas em tais publicações para construir suas fotomontagens. Foi assim que realizou uma das obras mais representativas do movimento dadaísta, a fotomontagem *Corte com a faca de cozinha Dada através da última época cultural da barriga de cerveja de Weimar na Alemanha*. Esta obra, que foi exibida na Primeira Feira Internacional Dada de 1919, expõe numa composição caótica, por meio da mistura de retratos de líderes políticos, artistas dada, filósofos, dançarinas, rodas e engrenagens, oriundos das revistas da época, o turbulento cenário político-social da Alemanha pós 1918, as transformações dos papéis de gênero vivenciadas nesse período e a combinação entre humano e máquina – a qual será enfatizada em outras fotomontagens de Höch como *A linda menina*.

A mistura entre máquina e corpo humano era um tema recorrente nos trabalhos dos dadaístas, contudo, a relação que Höch possuía com as suas *fontes de imagens* dá à produção de suas justaposições outras camadas de significação ou ambiguidades: além do fato de a artista trabalhar para as revistas da Ullstein, ela era o público-alvo das fotografias nelas publicadas. Parte das imagens que compõem os trabalhos da artista são referentes à *Nova mulher*, um paradigma diretamente relacionado a dois desenvolvimentos durante a República de Weimar: o rápido crescimento da mídia impressa de massa e a redefinição dos papéis sociais das mulheres.

Sobre o primeiro, devemos lembrar que durante a maior parte do

¹ Hannah Höch (1889-1978, Alemanha) foi uma artista pioneira da fotomontagem. Após conhecer Raoul Hausmann, associou-se ao grupo Dada de Berlim. Depois da fragmentação do grupo Dada, continuou a fazer suas fotomontagens.



século XIX os periódicos não continham reproduções de fotografias, foi por volta de 1880, com a invenção do processo de impressão em meios-tons que a combinação de tipos e fotografias tornou-se possível, todavia, como Maria Makela nos conta,

Foi só em 1902, quando Ullstein desenvolveu um processo de impressão em prensas rotativas cilíndricas, que periódicos foto-ilustrados puderam ser produzidos de forma rápida e limpa, sem nenhum dos borrões de tinta comuns aos primeiros papéis fotográficos impressos em prensas planas. A guerra interrompeu brevemente o desenvolvimento da imprensa ilustrada, mas a década de 1920 viu o seu florescimento (Makela; Boswell; Lanchner, 1996, p. 60, tradução nossa)².

Assim, a exacerbada presença de fotografias em periódicos durante a República de Weimar constituía uma novidade: "Nunca houve uma época tão bem informada sobre si mesma, se ser bem informado significa possuir uma imagem das coisas iguais a elas no sentido fotográfico" (Kracauer, 2009, p. 75). De modo análogo, a maior visibilidade das mulheres alemãs nas esferas públicas durante o mesmo período também constituía uma novidade. Com a constituição de Weimar de 1919, elas haviam sido reconhecidas oficialmente como cidadãs: o documento determinava o sufrágio universal de todos os homens e mulheres acima de vinte anos e afirmava que os homens e as mulheres possuíam, em princípio, os mesmos direitos e deveres civis. Em 1925 as mulheres trabalhadoras representavam cerca de um terço da força de trabalho total e cerca de um terço da população feminina total (Boak, 2013). Esses fatores conferiram às mulheres alemãs maior relevância e visibilidade no cenário político e econômico do país.

A *Nova mulher* é um paradigma formado tanto por essa nova realidade das mulheres alemãs durante a República de Weimar quanto pelas imagens veiculadas nas revistas ilustradas e em outros produtos

² No original: "But it was not until 1902, when Ullstein developed a process for printing on cylindrical, rotating presses, that photo illustrated periodicals could be produced quickly and cleanly, with none of the ink-smudging common to the early picture papers that were printed on flat presses. The war briefly interrupted the development of the illustrated press, but the 1920s saw its efflorescence."

de massa direcionados para o público feminino no mesmo período:

O mito enquanto inventado e debatido nos meios de comunicação sobrepôs essa realidade a uma mistura de fantasias e medos sobre a crescente independência (ou voracidade) sexual e o conhecimento sexual das mulheres, e sobre a sua presença na rua ou no cinema, no salão de dança ou na sala de aula. No final, toda e qualquer faceta da “condição feminina moderna” foi incorporada na “nova mulher”: “ela” era ao mesmo tempo uma *femme fatale* devoradora e uma lésbica *cross-dresser*, uma esportista e uma dona de casa eficiente, uma datilógrafa frequentadora de cinema e estudante *bluestocking*. Mas, por mais incoerente que fosse, o mito da “nova mulher” expressava percepções de mudança cultural e representava para os alemães de ambos os sexos muitas das dimensões inebriantes e ameaçadoras da modernidade (Harvey, 1997, p. 282, tradução nossa)³.

A respeito desse mito da *Nova mulher*, Lavin (1993) ressalta que, por mais que tenham ocorrido avanços em relação aos direitos das mulheres durante a República de Weimar, muitos aspectos de suas vidas permaneciam enraizados em hierarquias tradicionais. Por exemplo, ainda que fosse aceito que mulheres jovens trabalhassem no espaço de tempo entre a escola e o casamento, a aceitação do direito das mulheres casadas ao trabalho era muito limitada, pois mesmo que a constituição de 1919 proclamasse a igualdade entre homens e mulheres, o código civil de 1900, o qual determinava o direito dos maridos de tomar todas as decisões da vida de casado, continuava vigente (Boak, 2013). Este choque de novo e antigo aponta para uma forma de montagem que Ernst Bloch chama de *não sincronicidade*,

3 No original: “The myth as concocted by and debated in the media overlaid this reality with a mixture of fantasies and fears about women’s increasing sexual independence (or voraciousness) and sexual knowledge, and about their presence in the street or in the cinema, dance hall or lecture room. In the end, any and every facet of ‘modern womanhood’ became incorporated in the ‘new woman’: ‘she’ was both a devouring *femme fatale* and a *cross-dressing* lesbian, a sportswoman and an efficient housewife, a movie-going typist and *bluestocking* student. But incoherent as it was, the ‘new woman’ myth expressed perceptions of cultural change and represented to Germans of both sexes many of the intoxicating and threatening dimensions of modernity.”



o pressuposto de que “Nem todas as pessoas existem no mesmo agora. Elas o fazem apenas externamente. [...] Tempos mais antigos que o presente continuam a afetar estratos mais antigos” (Bloch; Ritter, 1977, p. 22, tradução nossa)⁴.

Nas próprias revistas do período, o atributo nova vinculado à Nova mulher é colocado em questão. Em *Die Dame* de 1925, lemos:

O que é a mulher moderna?
Um charmoso Bubikopf – diz o cabeleireiro
Um modelo de depravação – diz tia Klotilde
Um complexo de problemas sexuais – diz o
psicanalista
Uma camarada e amiga de alma – diz a juventude
Uma miserável dona de casa – diz o reacionário
Cara – diz o solteiro
A melhor cliente – diz o vendedor de meias
Uma infelicidade para o meu filho – diz a sogra
O centro do sanatório – diz o médico
A mesma desde o início dos tempos – diz o homem
sábio (Petro, 1989, p. 79, tradução nossa)⁵

Tendo em mente essas observações, concluímos que a *Nova mulher* é uma montagem de elementos alegóricos. Estes são reunidos na fotomontagem *A linda menina* (Figura 1), de Hannah Höch. O cabelo estilo *Bubikopf*, o pneu, o virabrequim, o relógio e a banhista com cabeça de lâmpada assinalam a equação entre o feminino e a tecnologia. A propaganda por trás do *Bubikopf* e as logos da BMW, que compõem o fundo, sugerem ainda que essa *linda menina* é parte

4 No original: “Not all people exist in the same Now. They do so only externally. [...] Times older than the present continue to effect older strata.”

5 No original: “What is the modern woman? A charming *Bubikopf* – says the hairdresser/ A model of depravity – says Aunt Klotilde/ A complex of sexual problems – says the psychoanalyst/ Comrade and soul friend – says the youth/ Miserable housewife – says the reactionary/ Expensive – says the bachelor/ The best customer – says the stocking dealer/ An unhappiness for my son – says the mother-in-law/ The center of the sanatorium – says the doctor/ The same, since the dawn of history – says the wise man.”

humana, parte máquina e parte mercadoria. O fato de os recortes de fotografias de mulheres e do lutador à esquerda excluïrem seus rostos dá ao trabalho um aspecto sinistro, que é intensificado pela presença de um único rosto feminino, o qual surge de trás de todo o conjunto, tem um dos olhos substituídos por um olho de gato e o outro quase tapado pela marca da BMW.

A combinação que Höch faz de feminino, mercadoria e máquina é uma síntese das maneiras que a *Nova mulher* era representada nas revistas ilustradas durante a República de Weimar. Nas edições de *Die Dame* da época, Lavin (1993) verifica fotografias de dançarinas, de mulheres em carros, de estrelas de cinema e, por fim, de mulheres como manequins – um tropo proeminente para ligar as mulheres ao mundo das mercadorias produzidas em massa.



Figura 1. Hannah Höch. *A linda menina* (*Das schöne Mädchen*), 1920. Fotomontagem em papel, 35.5 x 29.2 cm. Fonte: Makela; Boswell; Lanchner, 1996.



Além da relação entre a fotomontagem de Hannah Höch e o conteúdo das revistas ilustradas, cuja expansão consiste em uma maior afinidade com a publicidade, podemos depreender que *A linda menina*, ao carregar consigo algumas imagens de objetos característicos do desenvolvimento da vida moderna – o relógio, a lâmpada elétrica e partes de um carro –, carrega também a passagem do tempo linear da prensa de Gutenberg para o espaço-tempo do mundo eletricamente instantâneo. Passagem essa que é, antes de tudo, cinematográfica, pois o cinema “pela pura aceleração mecânica, transportou-nos do mundo das sequências e dos encadeamentos para o mundo das estruturas e das configurações criativas. A mensagem do cinema enquanto meio é a mensagem da transição da sucessão linear para a configuração” (McLuhan, 2007, p. 26). Essa passagem para o cinema é algo que Walter Benjamin assinala sobre os efeitos que os trabalhos dadaístas tentaram produzir:

O dadaísmo colocou de novo em circulação a fórmula básica da percepção onírica, que descreve ao mesmo tempo o lado tátil da percepção artística: tudo que é percebido e tem caráter sensível é algo que nos atinge. Com isso, favoreceu a demanda pelo cinema, cujo valor de *distração* é fundamentalmente de ordem tátil, isto é, baseia-se na mudança de lugares e ângulos, que golpeiam intermitentemente o espectador. O dadaísmo ainda mantinha, por assim dizer, o choque físico embalado no choque moral; o cinema o libertou desse invólucro [...] ele unificou os dois efeitos de choque, num nível mais alto (Benjamin, 1994, p. 191-192).

Em relação à obra de Höch e ao choque das obras dadaístas, podemos interpretar o rosto com olho de gato presente em *A linda menina* como uma espectadora que olha a fotomontagem de dentro, e cujo olhar encontra o nosso: “É como se nós, os espectadores, estivéssemos alinhados com a espectadora da montagem ao olhar para esta cena publicitária surreal; ela vê de trás, nós de frente, e nossos olhares se encontram” (Lavin, 1993, p. 43, tradução nossa)⁶.

⁶ No original: “It is as if we, the viewers, are aligned with the montage spectator in looking at this surreal advertising scene; She views from the back, we from the front, and our gazes meet.”

Este encontro de olhares é um choque de temporalidades, que remete à noção benjaminiana de imagem dialética, "uma imagem que lampeja no agora da cognoscibilidade" (Benjamin, 2019, p. 784), uma concepção de montagem, visto que Walter Benjamin pretendia, conforme seu projeto das *Passagens*, "aplicar à história o princípio da montagem. Isto é: erguer as grandes construções a partir de elementos minúsculos, recortados com clareza e precisão" (Benjamin, 2019, p. 765).

Em sua análise de *A linda menina*, Maud Lavin conclui que o fato de nossos olhares se encontrarem não significa que a mulher com olho de gato, enquanto representação de uma espectadora da década de 1920, *enxergue* a situação da mesma forma que nós, e salienta que "o trabalho de Höch exige nossa sensibilidade para com uma espectadora historicamente específica, os significados e ambiguidades que ela perceberia, e para com utopias, desejos e medos ligados temporalmente à Alemanha de Weimar" (Lavin, 1993, p. 46, tradução nossa)⁷. Por mais que *A linda menina* possa não implicar a imobilização de uma imagem em uma constelação específica de significados, o olho de gato é uma brecha para que o espectador atual se inclua, incorporando o que é conhecido por ele, o que não significa desconsiderar o contexto histórico relativo à concepção da fotomontagem por Höch. Antes, o olhar da espectadora em preto e branco alinhado ao nosso forma a possibilidade de tensionamentos entre dois momentos: "Ao pensamento pertencem tanto o movimento quanto a imobilização dos pensamentos. Onde ele se imobiliza numa constelação saturada de tensões, aparece a imagem dialética" (Benjamin, 2019, p. 788).

Talvez a melhor forma de trazer à luz os tensionamentos entre o início da década de 1920 e o nosso tempo seja por meio da aproximação de imagens. Em *Sahara from SSENSE.com (As Young as You Feel)* (Figura 2), fotografia realizada pela artista contemporânea canadense Sara Cwynar⁸ em 2020, o cabelo loiro da boneca de papel remete ao

⁷ No original: "Hoch's work requires our sensitivity to a historically specific spectator, the meanings and ambiguities she would perceive, and to utopias, desires, and fears time-bound to Weimar Germany."

⁸ Sara Cwynar (1985, Canadá) é uma artista que trabalha com fotografia, filme e artes gráficas, transitando entre moda e arte. Em 2019 foi comissionada pelo MOMA para criação do trabalho *Modern in Your Life*, em ocasião da reforma e expansão do museu. Em seus trabalhos propõe uma



Bubikopf de *A linda menina* e a presença do recorte de um olho em preto e branco, que destoa do todo colorido, nos lembra do olho de gato da espectadora dentro da fotomontagem de Höch⁹. Os títulos dos trabalhos possuem ainda uma afinidade por associarem o feminino a um ideal: a menina de Höch é *A linda menina* e a *Sahara* de Cwynar é uma modelo. Como o trabalho de 1919, *Sahara* é uma montagem heterogênea feita a partir de camadas de imagens fotográficas e ilustrações, que resulta em um jogo entre real e irreal do qual a representação do feminino faz parte.

Se a fotomontagem de Hannah Höch nos revela algo sobre o conteúdo das revistas ilustradas ao *reconfigurar*, a partir de recortes destas revistas, um *retrato* da *linda menina*, a fotografia de Sara Cwynar revela algo sobre a nossa relação, um século depois, com as imagens e suas reproduções técnicas, presentes não apenas em meios analógicos como digitais. Em *Sahara from SSENSE.com* identificamos a combinação de feminino e publicidade – o título se refere a uma modelo de um *site* de roupas de marca –, porém o amontoado de imagens provém de fontes diversas relativas a diferentes momentos históricos.

Uma diferença importante entre a fotomontagem de Höch e a fotografia de Sara Cwynar está indicada nos termos com que nos referimos a elas. *A linda menina* é uma montagem realizada sobre papel, o mesmo material que é suporte do trabalho, já a *Sahara* é uma montagem realizada no espaço tridimensional do estúdio e posteriormente registrada por meio da fotografia, a qual será impressa sobre o papel, suporte final do trabalho. Em *Sahara*, as imagens poderiam até ter sido encontradas em revistas, mas foram reimpressas em uma escala correspondente ao tamanho da modelo – o que se observa claramente no caso de *Adão e Eva* de Albrecht Dürer, em que fitas adesivas unem as partes impressas, como observamos também no fundo azul em degradê. Estas imagens

reflexão sobre como objetos de desejo e ideias se tornam descartáveis, o que abre uma discussão sobre o papel dos corpos e da concepção de beleza nesse processo de obsolescência e consumo.

9 O olho em preto e branco na fotografia de Sara Cwynar, além de ecoar o olho de gato em preto e branco da fotomontagem de Hannah Höch, lembra a fotografia, feita por Man Ray, do olho de Lee Miller, uma modelo e artista cuja própria produção é reconhecida pelo trânsito entre a moda, a arte e a fotografia de guerra.



.Figura 2. Sara Cwynar. *Sahara from SSENSE.com (As Young as You Feel)*, 2020. Fine Art, 91 x 76 cm. Fonte: Ling, 2021.

estão todas organizadas e presas em tripés de refletores. A modelo, Sahara, está presente no estúdio tanto fisicamente como por meio de reproduções de fotografias de moda, as quais, justapostas às múltiplas camadas de bonecas de papel reproduzidas em escala humana, confundem o nosso olhar, fazendo-nos embaralhar as figuras.

Na fotografia de Sara Cwynar, o amontoado de elementos de diversas naturezas – fotografias de moda contemporânea, reproduções de pinturas do início do século XVI, roupas de bonecas de papel de Marilyn Monroe, a fotografia de pernas tatuadas e o olho em preto e branco – reflete a forma como estes, hoje, devido ao desenvolvimento técnico e digital, fazem parte do mesmo domínio de *imagens*, reprodutíveis e passíveis de serem empregadas em contextos diferentes, agregando



outros significados e valores. Em *Sahara*, observamos a reprodução fotográfica de imagens bidimensionais e não a reprodução gráfica/fotográfica de objetos tridimensionais como a roda, a lâmpada e o relógio de *A linda menina*. Se na fotomontagem de 1919 as reproduções desses objetos e outros sinalizavam o *novo* e se sua configuração no espaço do papel refletia a *passagem para* o cinema, as reproduções de imagens bidimensionais na fotografia de 2020 indicam a *passagem da* moda e o acúmulo de seus *restos*. Em relação ao cinema, os elementos reunidos em *Sahara* se assemelham aos apetrechos do mundo de calicó (Figura 3).

Sobre a cidade cenográfica da Universum-Film AG da década de 1920, Kracauer observa que as coisas que lá se encontram são "cópias e bonecos que foram arrancados de seu tempo e estão confusamente misturados. Permanecem enfaticamente imóveis; pela frente cheios de significação e, por trás, nulidades vazias" (2009, p. 303). Por isso ele se refere aos estúdios cinematográficos como *mundo de calicó* ou *mundo de papier mâché*, expressões que também poderiam ser utilizadas para designar o estúdio de Sara Cwynar, onde as coisas só possuem a materialidade do papel e só existem em sua frontalidade.

A diferença notável entre a cidade cenográfica e o estúdio de Cwynar é que aquela, quando diante das câmeras, deixa de ser *um mundo de calicó* e se torna um mundo, enquanto o estúdio da artista, em frente às câmeras, permanece de calicó, a armação sobre a qual as coisas se sustentam permanece visível. Levando isso em consideração, podemos entender a fotografia da montagem realizada por Cwynar no estúdio como um compilado de várias formas de representações do corpo feminino – que inclui as bonecas de papel de Marilyn Monroe, a pintura a óleo e a fotografia de moda – o qual não pretende se passar por outra coisa senão por mais uma representação, representação do artifício de construção de uma imagem. Ao mesmo tempo, a partir da presença de *Sahara*, modelo negra que posa detrás da boneca de papel, pode-se inferir a intenção da artista de demonstrar o fato de que, historicamente, as representações femininas no contexto da arte e da publicidade reforçam um ideal hegemônico de beleza, marginalizando corpos que divergem do padrão estético dominante.

É preciso notar, no entanto, que essa *representação da representação* por Cwynar possui um caráter sedutor, semelhante ao das

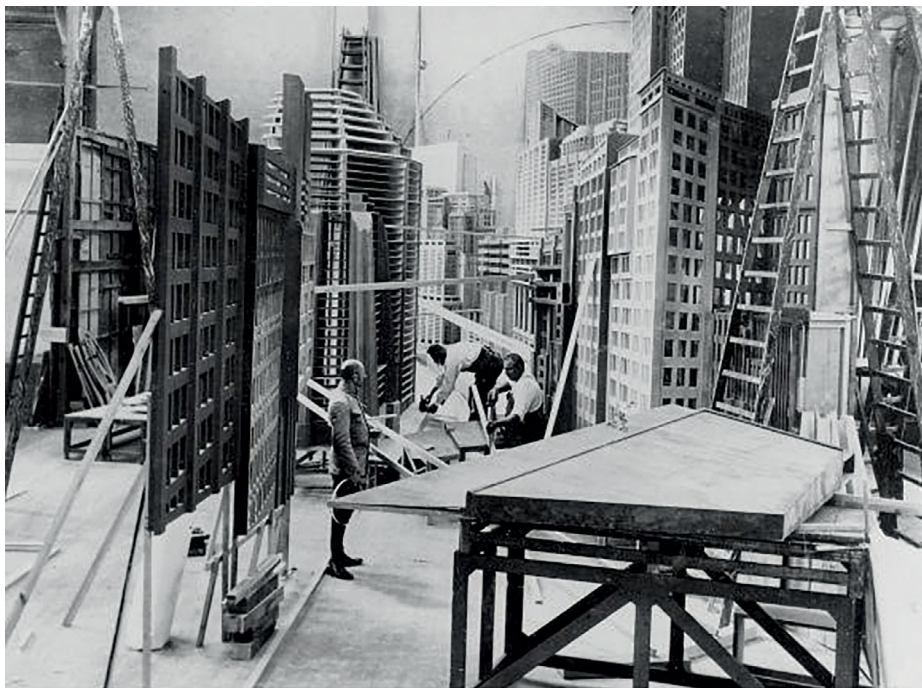


Figura 3. Horst von Harbou. Fotografia tirada no set de *Metropolis* (Fritz Lang, 1927), 1926-1927. Impressão em gelatina e prata, 16,5 x 23 cm. Deutsche Kinemathek. Fonte: Korola, 2023.

imagens publicitárias, pois emprega os mesmos recursos e códigos que estas (o próprio estúdio, a iluminação, o brilho, a saturação e as figuras). Assim, *Sahara from SSENSE.com* espelha o “fetichismo subjacente ao sex-appeal do inorgânico” (Benjamin, 2019, p. 61), nervo vital da moda. O fato de a modelo (viva) estar misturada, no estúdio, a imagens impressas reflete o conflito da moda com o orgânico, a união do “corpo vivo ao corpo inorgânico [...] fazendo valer no corpo vivo os direitos do cadáver” (Benjamin, 2019, p. 61).

No estúdio da artista, como no mundo de calicó, “o velho e o novo [...] estão amontoados em uma massa confusa, como ossadas numa catacumba” e as coisas se “transformam bizarramente” (Kracauer, 2009, p. 166). No texto de 1926, Kracauer se refere a algumas transformações da cidade cenográfica, entre elas a de uma velha viela onde “são introduzidos vestígios de casas modernas” e “ninguém se choca com o



anacronismo" (Kracauer, 2009, p. 166). Aqui, o que é descrito como uma transformação bizarra se assemelha à realidade das transformações sociais, que não são sempre absolutas, como observamos a respeito das transformações dos direitos das mulheres durante a República de Weimar. Este exemplo também remete à passagem da moda, a qual altera os valores de certos objetos, porém para que a moda seja percebida, é preciso que ela coexista com o *démodé*. Como escreve Georg Simmel (2008, p. 166) em *A moda*, "Unir e distinguir são as duas funções fundamentais que aqui se juntam indissolúvelmente, das quais uma, apesar ou justamente por ser a oposição lógica da outra, torna possível sua realização". Tendo tudo isso em vista, pode-se concluir que no mundo de *papier mâché* ainda é possível entrever o mundo real.

A linda menina de Hannah Höch é uma representação sinistra de um corpo, pois condensa em uma mesma imagem vários elementos associados às mulheres durante a República de Weimar, em outras palavras, condensa o conhecido material das revistas ilustradas em uma única folha, transformando o conhecido em estranho. *A Sahara from SSENSE.com*, não condensa o material visual de um meio específico, mas apresenta, por intermédio da justaposição de reproduções de representações contemporâneas e antigas do feminino, a "provisoriedade de todas as configurações", o que Kracauer (2009, p. 79) aponta como uma das possibilidades do cinema. Se *A linda menina* de Hannah Höch expõe a estranheza da moda e da publicidade de uma determinada época, *A Sahara from SSENSE.com* (*As Young as You Feel*) forma, por meio do emprego de recursos semelhantes aos da fotografia publicitária, uma imagem sedutora que expõe o lugar da moda, que é sempre "entre as águas do passado e do futuro" (Simmel, 2008, p. 172). O *As Young as You Feel* do título, que também é uma inscrição na boneca de papel e o nome de um filme em que Marilyn Monroe atua, parece irônico em relação ao fato de que

[À] moda só interessa a mudança; mas, como todas as configurações, ela tem uma tendência à economia de energia, ela busca seu objetivo da maneira mais pura possível, mas, não obstante, com os meios relativamente mais econômicos. Eis porque ela se volta [...] sempre para as formas anteriores (Simmel, 2008, p. 185).

Frente a essas questões, nos aproximamos das considerações de Adorno sobre a moda. Esta foi, por um lado, considerada por ele uma forma de apologia do status quo e, por outro, uma possibilidade de consciência histórica. Ao mesmo tempo que figura como agente da falsa consciência, a moda também é associada “à capacidade que uma cultura autêntica tem de prefigurar possibilidades de superação da submissão ao próprio fetichismo” (Duarte, 2020, p. 248). Em relação à arte, a moda se apresenta como o órgão por meio do qual ocorre a inervação, “um substrato de inconsciência, de relação ao elemento extra-estético” (Duarte, 2020, p. 259), presente no trabalho formal do artista:

[A] arte possui o seu cerne temporal não na atualidade material, mas na sua plena elaboração imanente, é que essa norma em toda a reflexividade se vira para algo de, em certo sentido, inconsciente, para a inervação, para o desgosto perante o insípido. A sensibilidade a este fenômeno está perto do que é o anátema do conservadorismo cultural, isto é, da moda. Esta tem a sua verdade enquanto consciência inconsciente do núcleo temporal da arte e possui um direito normativo tanto quanto ela não é, por sua vez, manipulada pela administração e pela indústria cultural, nem está separada do espírito objetivo. Grandes artistas, desde Baudelaire, foram cúmplices da moda; se a denunciavam, estavam convencidos da mentira pelos impulsos do seu próprio trabalho (Adorno, 1982, p. 217-218).

Para Adorno, a moda está inserida na indústria do capitalismo monopolista, mas, enquanto representante do *espírito objetivo* é o órgão de inervação da arte. Observamos que *A linda menina* e *Sahara from SSENSE.COM* são dois trabalhos inervados pela moda, que expressam o caráter dúbio dessa indicado pelas reflexões de Simmel, Benjamin e Adorno. Porém, enquanto a fotomontagem de Höch se inscreve no contexto das vanguardas históricas, a fotografia de Cwynar se inscreve no contexto atual, em que “a arte parece despojada não apenas de seu papel de guia da história, mas também [...] de toda elaboração necessária à resolução de seus problemas historicamente determinados” (Foster, 2016, p. 136).

Todavia, a presença em *Sahara from SSENSE.com* dos emblemas do surrealismo – o *manequim* e o *antiquado* – aproxima a fotografia



da intuição surrealista de que energias revolucionárias transparecem no *antiquado*, nas primeiras fotografias, nos objetos que começam a extinguir-se, nas roupas de mais de cinco anos, quando a moda começa a abandoná-los (Benjamin, 1994). Como observa Foster (2016, p. 150), "esse remanejamento do assíncrono pressiona os conceitos totalitários da cultura capitalista e questiona sua pretensão de ser atemporal; ele também desafia essa cultura a partir de seus próprios símbolos de desejo e lhe pede para recordar seus próprios sonhos perdidos de liberdade igualdade e fraternidade".

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Teoria Estética**. Tradução: Artur Morão. São Paulo: Martins Fontes, 1982.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução: Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. v.1-2. Tradução: Irene Aron, Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: UFMG, 2019.

BLOCH, Ernst; RITTER, Mark. Nonsynchronism and the Obligation to Its Dialectics. **New German Critique**, n. 11, pp. 22-38, 1977. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/487802?origin=JSTOR-pdf>. Acesso em: 10 jun. 2025.

BOAK, Helen. **Women in the Weimar Republic**. Manchester: Manchester University Press, 2013.

DUARTE, Rodrigo. Roupas de um corpo invisível: o tema da moda na teoria estética de T. W. Adorno. **Constelaciones**: Revista de Teoría Crítica, v. 11, n. 11-12, p. 238-263, 2020. Disponível em: <https://constelaciones-rtc.net/article/view/3631>. Acesso em: 10 jun. 2025.

FOSTER, Hal. **Design e crime (e outras diatribes)**. Tradução: Alcione Cunha da Silveira, Jacques Fux. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2016.

HARVEY, Elizabeth. Culture and Society in Weimar Germany: The Impact of Modernism and Mass Culture. In: FULBROOK, Marie. **German history since 1800**. Londres: Arnold, 1997.

HAUSMANN, Raoul. **Courrier Dada**. Paris: Éditions Allia, 1992.

KOROLA, Katerina. Mondes du calicot. **Photographica**, v. 7, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/photographica.1419>. Acesso em: 4 fev. 2025.



KRACAUER, Siegfried. **O ornamento da massa**: ensaios. Tradução: Carlos Eduardo Jordão Machado, Marlene Holzhausen. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

LAVIN, Maud. **Cut with the Kitchen Knife**: The Weimar Photomontages of Hannah Höch. New Haven: Yale University Press, 1993.

LING, Isabel. Gleefully Voyeuristic, Sara Cwynar Invites Us to Spy on the Workings of Consumerism. **Hyperallergic**, Nova Iorque, 9 ago. 2021. Disponível em: <https://hyperallergic.com/667082/sara-cwynar-invites-us-to-spy-on-workings-of-consumerism/>. Acesso em: 4 fev. 2025.

MAKELA, Maria; BOSWELL, Peter; LANCHNER, Carolyn. **The Photomontages of Hannah Höch**. Minneapolis: Walker Art Center, 1996.

MARQUES, Danilo Araújo. Em busca do futuro perdido: Ernst Bloch, a história e a subterrânea "tradição da esperança". **História da Historiografia**, Ouro Preto, v. 10, n. 25, p. 102-116, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.15848/hh.v0i25.1211>. Acesso em: 10 jun. 25.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução: Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2007.

PETRO, Patrice. **Joyless Streets**: Women and Melodramatic Representation in Weimar. New Jersey: Princeton University Press, 1989.

SIMMEL, Georg. A moda. Tradução: Antonio Carlos Santos. **Iara**: Revista de Moda, Cultura e Arte. São Paulo, V. 1, n. 1, abr./ago. 2008, p. 163-188. Disponível em: <https://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/index.php/vol-1-no1-ano-2008/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

Isabel Ávila de Souza Lima é mestre em Artes e bacharel em Desenho pela Escola de Belas Artes da UFMG. Pesquisa a montagem e a apropriação nas Artes Visuais com foco na relação entre tais práticas e o encontro com o antiquado/obsoleto e suas possibilidades antinômicas. Em seus trabalhos de arte, aproxima a história à repetição de imagens e a arte ao cinema.

E-mail: isabel.avila.lima@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3934-6901>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6210294564170058>

Artigo recebido em 14.03.2025. Aceito em 25.05.2025.