

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
DEPARTAMENTO DE ARTES PLÁSTICAS
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM PINTURA

SARAH DE LIMA BRANT PIMENTA

MARCAS SOBRE A PELE

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Orientador: Prof. Lincoln Volpini Spolaor

Escola de Belas Artes - UFMG

Belo Horizonte

2016

SARAH DE LIMA BRANT PIMENTA

MARCAS SOBRE A PELE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Artes Plásticas da Universidade Federal de Minas Gerais, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Artes Visuais com habilitação em Pintura.

Orientador: Prof. Lincoln Volpini Spolaor

Belo Horizonte

2016

“Mas é preciso ter manha. É preciso ter graça. É preciso ter sonho sempre. Quem traz na pele essa marca, possui a estranha mania de ter fê na vida”.

(Milton Nascimento)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por conduzir meu caminho preservando minha saúde e me abençoando com paz e sabedoria.

Agradeço a minha família, que me apoiou e incentivou em todo meu percurso acadêmico.

Ao professor Lincoln Volpini Spolaor, que me orientou na elaboração deste trabalho de conclusão de curso, ampliando minhas visões e me capacitando para realização dos registros aqui formalizados.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal tratar das marcas naturais e acidentais/ocasionais sobre a pele, que possuem efeitos notáveis na autoestima da mulher. O padrão de beleza preestabelecido pela mídia é o principal responsável por deixar as mulheres se sentindo de fora do que é considerado “belo” e sem autoestima, pois estabelece um padrão irreal e inalcançável. Assim, se torna relevante questionar os impactos causados pelos padrões de beleza nas mulheres. Nesse sentido, o trabalho buscou identificar os impactos das marcas sobre a pele na autoestima das mulheres que vivem em um contexto de perfeição estética, determinada pela mídia, bem como meu percurso em Pintura e meus trabalhos que retratam as marcas sobre a pele feminina. Por fim, foi possível identificar na mídia atual uma promissora mudança. A diversidade da beleza feminina passou a ser evidenciada nos meios de comunicação, fazendo com que as mulheres, muitas vezes excluídas desses meios, se sentissem representadas. A beleza não é definida por um padrão, mas sim pelas diferenças e pluralidades presentes na diversidade da beleza feminina.

palavras - chave: Marcas sobre a pele; Padrão de beleza; Mídia; Diversidade da beleza; Mulher; Pintura.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. PELE: SUPERFÍCIE DE MARCAS	10
3. PADRÕES DE BELEZA DEFINIDOS PELA MÍDIA.	13
4. PRECONCEITO QUANTO À APARÊNCIA, E SEUS EFEITOS NA AUTOESTIMA DA MULHER.....	15
5. DIVERSIDADE, BELEZA FEMININA E SUA RECENTE INCLUSÃO NA MÍDIA.	21
6. INFLUÊNCIAS ARTÍSTICAS	28
7. PROCESSO INICIAL E ABORDAGENS TÉCNICAS	30
7.1. Primeiros trabalhos	30
7.2. Abordagens técnicas	35
8. LEITURA CRÍTICO - FILOSÓFICA SOBRE MEU TRABALHO.....	39
9. CONCLUSÃO	42
10. REFERÊNCIAS.....	43
11. REFERÊNCIAS DE IMAGENS.....	46

IMAGENS

Figura 1. Ex. de Albinismo (série de retratos “ <i>Snow White</i> “ da fotógrafa Sanne De Wilde).	11
Figura 2. Ex. de mancha ou marca de nascença (Ucraniana Yulianna Yussef).	11
Figura 3. Ex. de Cicatriz (modelo Uta Melle; marca deixada pelo câncer de mama)	12
Figura 4. Chantelle Brown-Young	18
Figura 5. Ananda Martins	19
Figura 6. Vale do Omo – Etiópia.	23
Figura 7. Pushkar – Índia.	23
Figura 8. Cartazes da Campanha Dove “Beleza Fora da Caixa”	25
Figura 9. Capa da edição de aniversário da Elle – Reprodução.	26
Figura 10. Peça do Editorial “Bonito é ser diferente”.	26
Figura 11. Aquarela de Agnes Cecile.	28
Figura 12. Aquarela de Mario Zavagli	29
Figura 13. Aquarela sobre papel, 2014(vitiligo sobre a pele)	31
Figura 14. Aquarela sobre papel, 2014 (tatuagens sobre a pele)	31
Figura 15. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele e <i>piercing</i>).	32
Figura 16. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele).	32
Figura 17. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele e <i>piercing</i>).	33
Figura 18. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele).	33
Figura 19. Aquarela sobre papel, 2014 (manchas sobre a pele).	34
Figura 20. Aquarela e colagem sobre tela, 2016	35
Figura 21. Manchas sobre a pele	40
Figura 22. Cicatrizes sobre a pele	41

1. INTRODUÇÃO.

As marcas sobre a pele podem ser naturais, propositais e/ou causadas pelos imprevistos da vida. As marcas naturais, por exemplo, são caracterizadas como manchas de nascença, rugas, acne, pintas, verrugas, celulite, estrias e distúrbios genéticos, ou seja, marcas que surgem naturalmente ao longo das fases da vida sobre a pele humana. As marcas propositais são, em sua maior parte, conhecidas como tatuagens, *piercings*, *body modification* (modificação corporal) e a automutilação, ou seja, são as marcas que um grupo específico de pessoas carrega estampadas em suas peles, muitas vezes com o intuito estético, artístico ou até mesmo por problemas emocionais, no caso da automutilação. As marcas acidentais e ocasionais, por exemplo, são as cicatrizes cirúrgicas, causadas tanto por acidentes quanto por doenças que marcam a pele profundamente, podendo ser definitivas. As marcas sobre a pele abordadas nesse trabalho e em minhas pinturas foram, de preferência, as naturais e acidentais/ocasionais.

As marcas naturais e acidentais sobre a pele possuem efeitos notáveis na autoestima da mulher. Muitas vezes, essas mulheres recebem olhares preconceituosos e curiosos sobre a aparência de sua pele, que se difere da estética feminina padronizada pela mídia. Este padrão da beleza feminina, que está estampado em revistas e propagandas pelo mundo, que ditam a pele perfeita e clara, o corpo magro e esguio, as feições finas e delicadas, definem o belo. Sendo assim, como não se sentir fora dessa definição pré-estabelecida e irreal? Como não se sentir com a autoestima baixa, sendo muitas vezes cobrada a se encaixar nesses padrões? Realmente, é muito difícil para nós, mulheres, que nos importamos sim em nos sentir realizadas, belas e felizes com nós mesmas. A beleza não é definida por um padrão, mas sim pelas diferenças e pluralidades presentes na diversidade da beleza feminina.

Ressalto, em meu trabalho, a relevância dos impactos causados pelos padrões de beleza nas mulheres e a necessidade de ser questionado esse posicionamento quanto ao corpo feminino pela mídia. O presente estudo estabelece como problema de pesquisa: Quais os impactos das marcas sobre a pele na autoestima das mulheres que vivem em um contexto de perfeição estética, determinada pela mídia?

Assim, o objetivo geral passa a ser identificar quais são esses impactos, bem como meu percurso em Pintura e meus trabalhos que retratam as marcas sobre a pele da mulher.

Para o efetivo desenvolvimento dos objetivos específicos em um corpo consistente de análise e argumentação, adoto como processo metodológico uma abordagem objetiva e qualitativa, com base em um estudo comparativo do conteúdo das obras de diferentes autores, em uma revisão bibliográfica e documental que permita um maior aprofundamento sobre o tema da pesquisa. Sem a pretensão de estabelecer um discurso conclusivo sobre as questões pesquisadas, busco analisar os conceitos-chave tratados neste trabalho de conclusão de curso, contribuindo com novas reflexões e perspectivas de estudo sobre o tema que abordo.

2. PELE: SUPERFÍCIE DE MARCAS.

Indispensável à vida, a pele é considerada como o manto de revestimento do organismo. Com alto grau de importância, é a pele que determina o limite entre o meio interno e externo do corpo humano. A pele é “como uma roupagem contínua e flexível, envolve-nos por completo. É o mais antigo e sensível de nossos órgãos, nosso primeiro meio de comunicação, nosso mais eficiente protetor. O corpo todo é recoberto pela pele”, afirma Montagu (1988, p. 21) ¹. Além de ser um invólucro, a pele é um órgão complexo e vital, que protege o organismo contra doenças, infecções e agentes do meio ambiente.

A pele também tem como função o controle da umidade e temperatura do corpo, além de ser responsável pelas funções sensoriais. Segundo Montagu (1988, p. 23) “Na qualidade de órgão do sentido mais antigo e extenso do corpo, a pele permite que o organismo aprenda o que é seu ambiente. A pele e todas as suas partes diferenciadas é o meio pelo qual o mundo externo é percebido”. É através da pele que percebemos o frio ou o calor, distinguimos texturas, sentimos dor e sensibilidade ao toque. Fatores internos e externos, como, alimentação, alterações hormonais, ações do tempo, variações climáticas, entre outros, interferem diretamente na aparência da pele.

A “pele” é a base da minha pesquisa e trajetória, enquanto artista, e está ligada diretamente e indiretamente ao trabalho desenvolvido durante meu percurso acadêmico em habilitação/Pintura. A pele é como a superfície dos suportes; é a fronteira entre o “eu” e o “outro”, é objeto de desejo, é o sentir e o tocar, é lugar de desejo da intimidade e da identidade. É sobre ela que as marcas se projetam, carregando lembranças e contando histórias.

Dos fatores que influenciam diretamente a aparência da pele, nos meus trabalhos em pintura, são tratados os fatores naturais e acidentais, como distúrbios genéticos (ex. albinismo), manchas (ex. manchas ou marcas de nascença) e cicatrizes (ex. marcas causadas por acidentes ou cirurgias).

¹ MONTAGU, Ashley. **Tocar: o significado humano da pele**. Grupo Editorial Summus, 1988, p. 21.



Figura 1. Ex. de Albinismo (série de retratos “*Snow White*“ da fotógrafa Sanne De Wilde).

O albinismo é um distúrbio genético caracterizado pela deficiência na produção de melanina. A melanina é a proteína responsável pela pigmentação da pele, olhos, cabelos e pelos. Sendo assim os portadores de albinismo possuem pouca ou até mesmo nenhuma pigmentação nas áreas do corpo que foram mencionadas.

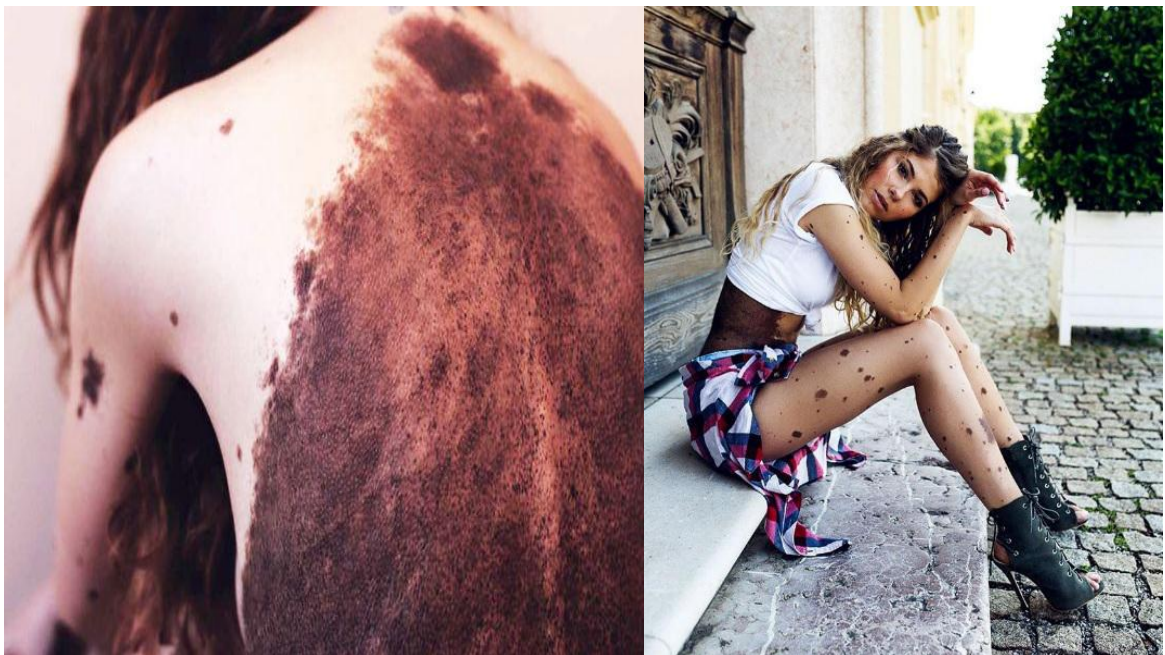


Figura 2. Ex. de mancha ou marca de nascença (Ucraniana Yulianna Yussef).

As marcas de nascença são manchas perceptíveis sobre a pele, podendo ter variados tamanhos, formatos e cores. Elas podem se desenvolver ao longo da gestação, estando presentes na pele desde o nascimento ou surgindo durante a vida.



Figura 3. Ex. de Cicatriz (modelo Uta Melle; marca deixada pelo câncer de mama).

A cicatriz é a marca causada pela regeneração da pele que sofreu uma ruptura da derme, muitas vezes causada por um acidente ou por uma cirurgia.

Essas marcas podem afetar a vida social de mulheres que nasceram com manchas sobre a pele ou de mulheres que passaram por eventos traumáticos durante a vida, marcando de forma dolorosa e inesperada a superfície de suas peles. Mas também, essas marcas sobre a pele, em mulheres que superaram a barreira dos padrões de beleza, e se aceitam como são, servem de inspiração e exemplo para outras mulheres que estão em processo de aceitação e reconhecimento da beleza que existe em suas marcas na pele.

3. PADRÕES DE BELEZA DEFINIDOS PELA MÍDIA.

Ao longo da História da Humanidade, o termo “beleza” adquiriu interpretações e conceitos diversos. De acordo com a definição do Google (ferramenta de pesquisa online) beleza é “1. qualidade, propriedade, caráter ou virtude do que é belo; manifestação característica do belo/ 2. caráter de ser ou da coisa que desperta sentimento de êxtase, admiração ou prazer através dos sentidos/ 3. característica daquilo que possui harmonia, proporção, simetria, imponência etc./ 4. qualidade do ser ou da coisa que suscita a admiração e um sentimento de adesão por seu valor moral ou intelectual”. Beleza, entre outras definições, é a qualidade de algo que é agradável aos sentidos.

A definição de beleza, na sociedade, possui diferentes significados, ou seja, cada pessoa, em um âmbito pessoal, tem percepções divergentes quanto ao que é belo. Assim, afirma Kant, em *Iniciação à Estética* de SUASSUNA, A. (2005) ², que a beleza é “a satisfação determinada pelo juízo de gosto”. Pode-se dizer que a beleza é a percepção súbita quando se depara com algo ou alguém que merece ser contemplado; a beleza é uma sensação de perfeita satisfação, prazer e agrado do observador.

A relação do belo com a percepção sensorial é um conceito moderno, sendo o oposto do conceito grego filosófico, apresentado por Platão, no qual “o belo só pode ser contemplado em sua perfeição numa atitude que exclui por completo todo e qualquer vestígio sensório. O homem vive, segundo Platão, inicialmente confinado ao mundo dos fenômenos sensoriais. Aí ele pode despertar em si o Eros, o amor, inicialmente apenas voltado para o belo manifesto num determinado corpo. Ele progride na medida em que consegue se convencer que o belo num corpo é o mesmo em todos os corpos. Quando ele aprende a enxergar o belo também nas almas e nas instituições, ele se prepara para um grau de sublimação que contempla o belo nas ciências. Esse é o ponto a partir do qual ele pode se alçar ao supremo nível na contemplação do belo”. (DA VEIGA GREUEL, Marcelo, p. 147, 1994) ³. Para Platão, o belo é como algo divino, é a beleza em si, é a beleza do mundo das ideias, que supera a aparência sensória e o fisicamente manifesto.

² SUASSUNA, A. **Iniciação à estética**. 7. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2005.

³ DA VEIGA GREUEL, Marcelo. **Da “Teoria do Belo” à “Estética dos sentidos”**: reflexões sobre Platão e Friedrich Schiller. Anuário de Literatura, n. 2, p. 147, 1994.

Com conceitos diversos e diferentes significados, a definição de beleza é individual e está presente na sociedade contemporânea pelos padrões definidos pela mídia e pela publicidade. A mídia possui grande poder de influência, através dos meios de comunicação, e é através desse poder que se criou um padrão de beleza que dita como a mulher deve ser, por exemplo: pele clara, cabelos lisos, corpo magro e esguio, pele perfeita e traços finos e delicados. O discurso da mídia decorre de uma pluralidade de produtos e tecnologias afim de aprimorar a estética e a forma física da mulher, que é o principal consumidor da indústria da beleza.

Estamos cercados por padrões da beleza feminina, que constroem um discurso acerca do que é ser belo na nossa cultura, ou seja, implicam um processo social no qual são atribuídas às mulheres qualidades e características específicas, de acordo com Betterton, “o caráter e o estatuto da mulher são frequentemente avaliados a partir de sua aparência” (1987, p. 7) ⁴. Tem que se por em questão o modo como os meios de comunicação ditam como uma mulher deve ser visualmente, por serem movidos por discursos visuais na cultura popular que, de certa forma, contribui para incorporação de valores e tendências sociais. É, então, relevante questionar quais mensagens, acerca das mulheres, são fornecidas à sociedade e, mais importante, o que essas mensagens dizem acerca do corpo feminino.

⁴ BETTERTON, R. (1985). “*How do Women Look? The Female Nude in the Work of Suzanne Valadon*” in *Feminist Review*, 19, pp. 3-24.

4. PRECONCEITO QUANTO À APARÊNCIA, E SEUS EFEITOS NA AUTOESTIMA DA MULHER.

Podemos conceituar preconceito por duas partes diferentes, pré e conceito:

- Pré sugere algo que antecede, que existe de forma primária, primeira, precedente;
- E conceito, o que se entende a respeito de algo, derivado do latim *conseptus*, isto é, a construção de um ideal do ser ou do objeto cognitivamente inteligível.

O preconceito é um problema social por conta do juízo pré-concebido em detrimento de pessoas, crenças, sentimentos e tendência de comportamento. Suas formas mais comuns de manifestação são:

- Preconceito social,
- Preconceito racial (racismo),
- Preconceito sexual (sexismo ou homofobia),
- Preconceito linguístico (pessoas que pronunciam as palavras de forma diferente ou por sotaques regionais),
- Preconceito religioso (discriminação pela prática religiosa).

“Nessa perspectiva, podemos considerar que o preconceito está inserido em todos os círculos de interação humana, sendo um artifício usado no convívio e nos momentos em que nos defrontamos com o não familiar, o desconhecido ou o diferente. Ele nos ajuda a nos situar em determinadas situações em que o estranho, ao apresentar uma ou outra característica familiar ou associável a experiências passadas ou herdadas por nosso meio de convívio primário, passa a ser considerado compreensível dentro do nosso entendimento individual.” (RODRIGUES, Lucas de Oliveira em Mundo Educação/Sociologia - internet) ⁵.

Estudos da Psicologia Social nos mostram que, para entender o significado de preconceito, devemos primeiro tomar ciência do conceito de atitude, que leva as pessoas a tomarem atitudes comportamentais, racionais e cognitivas – crenças e ideias, valores, sentimentos e emoções.

⁵ Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/sociologia/preconceito.htm>>.

Diante do exposto, entendemos que “atitude” é composta pelo:

- **Componente cognição:** percepção em relação a uma pessoa, um grupo ou uma instituição social ou a um fato.
- **Componente afetivo:** pode gerar sentimentos tanto negativos como positivos que, conseqüentemente, vão gerar atitudes negativas ou positivas.
- **Componente comportamental:** predisposição previsível de sentir, pensar e se direcionar em relação a um determinado fato.

Para Gisele Leite (LEITE, Gisele. 2009 - internet) ⁶, “o preconceito é de caráter pessoal ou individual, forma e cria atitudes favoráveis ou desfavoráveis a respeito de lugares, coisas, povos, pessoas, países, raças e religiões, surge pelo condicionamento pessoal que acarreta predisposição de ataque ou de defesa no agir e no pensar. Discrimina cruelmente estrangeiros, nacionais, negros, mulatos, pardos, semitas, brancos, gays, católicos, protestantes, mulçumanos, ateus, etc.”.

Etimologicamente, preconceito é considerado conceito ou opinião formado quando julgamos antecipadamente, sem ponderação ou conhecimento dos fatos, vocábulo surgido no século XVIII, calcado no francês *préconçu*. (in Dicionário Etimológico Nova Fronteira, Antônio Geraldo da Cunha, 1ª. edição, 1982, Rio de Janeiro, Nova Fronteira).

Sociologicamente, o preconceito é atitude emocionalmente baseada em crença, opinião ou generalização, determinando, assim, simpatias ou antipatias com relação a indivíduos ou grupos, sem uma base real. (in Dicionário Básico de Sociologia, Luiz Ernani T. da C. Silva, Editora Tecnoprint, 1979).

Já no Dicionário Básico de Filosofia, (Hilton Japiassú e Danilo Marcondes, 3ª. Edição, 1996, *in verbis*), preconceito é “Opinião ou crença admitida não discutida ou examinada, internalizada pelos indivíduos, sem se darem conta disso, e influenciando seu modo de agir e de considerar as coisas” ⁷.

⁶Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/o-que-e-preconceito/35499/>>.

⁷ JAPIASSÚ, Hilton. MaRcondes, danilo. **Dicionário básico de filosofia**, v. 3, 1996.

“Psicologicamente, o preconceito é justificável por representar um processo natural de reconhecimento, do que nos é estranho ou desconhecido. Na leitura do fato novo utilizamos como padrões valores culturais, morais, sociais, jurídicos e incorporados a nós e que não percebemos que nossa visão está impregnada dessas crenças que acabam de formatar um esboço inicial do fato, não só registrando-o como também e sobretudo adjetivando-o”. (LEITE, Gisele. 2009 - internet). ⁸

O preconceito corresponde sempre a uma distorção do conhecimento e, mais particularmente, J. M. Bochenski esclarece *in verbis*: “Quem julga que conhecemos tudo e que conhecemos perfeitamente e que somos capazes de comunicar tudo o que conhecemos, comete um exagero não menor e não menos falso que o dos céticos (...). A realidade é terrivelmente complexa, e a verdade sobre ela também deve ser terrivelmente complexa. Só por um trabalho longo e árduo pode o homem apropriar-se de uma parte da verdade, não muito, mas sempre de alguma coisa”. ⁹

Segundo Gordon Allport (1954) “o preconceito é o resultado das frustrações das pessoas que, em determinadas circunstâncias, podem se transformar em raiva e hostilidade” ¹⁰. Tais atitudes resultam em preconceito e discriminação contra pessoas que se sentem constantemente exploradas e oprimidas. Pessoas impedidas de manifestar sua raiva contra um alvo identificável ou adequado projetam sua hostilidade naqueles que pertencem à escala social mais baixa, por exemplo.

Já para Adorno (1950), “a fonte do preconceito é uma personalidade autoritária ou intolerante. Pessoas autoritárias tendem a ser rigidamente convencionais. Partidárias do seguimento às normas e do respeito à tradição, elas são hostis com aqueles que desafiam as regras sociais. Respeitam a autoridade e submetem-se a ela, bem como se preocupam com o poder da resistência” ¹¹. O preconceito se manifesta em algumas pessoas na forma de desconfiança e suspeita, porque visualizam o mundo através de uma lente de categorias rígidas; não acreditando na natureza humana, temem e rejeitam grupos sociais aos quais não pertencem. Antropologicamente, existe na sociedade a necessidade de dominação de um

⁸Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/o-que-e-o-reconhecimento/35499/>>.

⁹Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/o-que-e-o-reconhecimento/35499/>>.

¹⁰ ALLPORT, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge: Addison-Wesley.

¹¹ ADORNO, Theodor Wiesengrund et al. *The authoritarian personality*, New York (Harper & Brothers) 1950. 1950.

grupo sobre o outro; sendo assim, o significado do preconceito está atrelado à ferocidade da sobrevivência humana.

O indivíduo, de forma geral, tem como hábito fazer um julgamento a respeito de temas diversos, e essas generalizações resultam do medo ao desconhecido e dos mitos impostos pela sociedade e pela família. Seguem imagens e relatos de mulheres que sofreram preconceitos sobre a aparência da pele:



Figura 4. Chantelle Brown-Young

- “A modelo Chantelle Brown-Young, mais conhecida como Winnie Harlow, vem mostrando que o vitiligo é, na verdade, uma condição única. Dona de manchas bem delineadas, um corpo esguio e sorriso contagiante, a canadense tornou-se uma espécie de porta-voz da doença. Ela sofreu com o *bullying* durante a adolescência - algumas colegas a chamavam de vaca ou zebra. As manchas são únicas e, por ser uma doença relativamente rara, a pele é especial. “Algumas pessoas são brancas, outras são negras. Eu sou os dois”, afirma. Muitas agências de modelos rejeitaram Chantelle por conta dos problemas, mas, depois de participar de um *reality show* americano, a carreira dela decolou. Hoje, é o rosto da marca espanhola Desigual, fez campanha para a Diesel e vem chacoalhando o mundo da moda e os padrões de beleza.” (internet).¹²

¹² Disponível em: <<http://www.uai.com.br/app/noticia/saude/2015/04/03/noticias-saude,187857/nao-sou-uma-coitada-mulheres-desafiam-as-imposicoes-da-aparencia.shtml>>.



Figura 5. Ananda Martins

- “Aos dois anos e meio, um acidente mudou para sempre a vida de Ananda Martins. No interior do Maranhão, onde morava, não havia energia. Ela estava deitada em uma rede quando a irmã, dois anos mais velha, quis iluminar o ambiente com um lampião. A rede pegou fogo e Ananda sofreu queimaduras gravíssimas. Ganhou marcas irreversíveis, perdeu um braço. No ano seguinte, a família se mudou para Brasília à procura de reabilitação. Ao longo de 26 anos, ela sobreviveu às dores, ao tratamento, às sequelas físicas e emocionais. Vive uma vida normal. Por que não viveria? Ter marcas na pele chama a atenção. Provocadas por doenças crônicas, acidentes ou disfunções, que por vezes exigem tratamento constante e difícil, as cicatrizes físicas são a parte visível de uma história normalmente dolorosa, que pode ser associada a trauma e depressão. Quem é obrigado a conviver com uma condição irreversível precisa de força, autoconfiança, apoio. Muitos preferem se esconder. Outros vão à luta e encontram uma definição de si mesmo que não passe apenas pela aparência física. Enxergam além. A estudante de 26 anos teria, sim, motivos para se incomodar. Mora num país onde as pessoas retocam o corpo como se mudassem de roupa. Recordista em cirurgias plásticas, a mulher brasileira normalmente não gosta do que vê no espelho. É insatisfeita e põe defeito em tudo: da unha do pé à cor do cabelo. Obviamente, também aponta o dedo e julga os demais pela imagem. Ter crescido numa sociedade que sobrevaloriza a aparência física e impõe um modelo quase único de beleza, no entanto, não afeta Ananda.” (internet).¹³

¹³ Disponível em: < <http://www.uai.com.br/app/noticia/saude/2015/04/03/noticias-saude,187857/nao-sou-uma-coitada-mulheres-desafiam-as-imposicoes-da-aparencia.shtml>>.

A autoestima é a valorização que temos de nós mesmos, sendo geralmente positiva. Na Psicologia, observamos que, autoestima trata-se da opinião emocional que as pessoas têm delas próprias e que excede a própria racionalização e a lógica, de uma forma favorável. Em outras palavras, é um sentimento valorativo das nossas características corporais (físicas), mentais e espirituais, que formam a personalidade. Com o tempo, esse sentimento pode mudar/evoluir: entre os cinco ou seis anos de idade, a criança começa a ter uma noção de como é vista pelos outros.

Alguns psicólogos definem a autoestima como sendo a função do organismo que permite a autoproteção e o desenvolvimento pessoal, pois a falta de autoestima afeta a saúde, as relações sociais e a produtividade, motivo pelo qual é imprescindível preservá-la, uma vez que, abalada, tende a desencadear sintomas, como problemas de conduta e comportamento.

É muito importante o conceito da autoestima no campo da Psicopedagogia, por considerá-la como responsável pela causa das atitudes construtivas nos indivíduos, e não a consequência das mesmas, por exemplo, um aluno que tenha uma boa autoestima tem grandes expectativas de ser bem-sucedido na sua vida acadêmica.

A autoestima é um fator muito valorizado e importante para as mulheres, pois estar bem consigo mesma, tanto psicologicamente e fisicamente, faz parte do bem estar humano. Mas existe uma forte cobrança sobre a aparência feminina; que se encaixe dentro de um padrão discriminador de beleza, fazendo com que as mulheres se sintam pressionadas a atender às expectativas da sociedade. Por esse motivo, o preconceito tem grande efeito sobre a autoestima da mulher; toda mulher que diverge desses padrões de beleza já sofreu preconceito e passou por momentos difíceis, tanto socialmente como psicologicamente.

O caminho entre a baixa estima e a autoestima é muito penoso, para as mulheres em especial. Antes de se alcançar o amor próprio e a autoconfiança, elas podem desenvolver problemas sociais e físicos, como ansiedade, falta de concentração, insegurança, isolamento, entre outros, podendo até levar à depressão.

5. DIVERSIDADE, BELEZA FEMININA E SUA RECENTE INCLUSÃO NA MÍDIA.

A Diversidade está presente no nosso cotidiano em vários níveis sociais e humanos, mas o que é Diversidade? É o que caracteriza a variedade, pluralidade, as diferenças e a multiplicidade.

“A diversidade inclui todos, não é algo que seja definido por raça ou gênero. Estende-se à idade, história pessoal e corporativa, formação educacional, função e personalidade. Inclui estilo de vida, preferência sexual, origem geográfica, tempo de serviço na organização, status de privilégio ou de não privilégio e administração ou não administração”. (Thomas, citado em Nkomo e Cox, 1999 [1996], p. 334-5).¹⁴

É uma expressão que demonstra a oposição total da homogeneidade, é tudo o que nos diferencia de algo, ou do “outro”, através de escolhas ou através da nossa própria natureza e origem. Exemplos:

-Diversidade cultural: As muitas características que representam, principalmente, as diferenças culturais são chamadas de “diversidade cultural”, que incluem a culinária, as tradições, costumes, religião, política, modelo de organização familiar, linguagem e outros aspectos que pertencem a um grupo de indivíduos que habitam um respectivo território. As várias culturas existentes constituem o que se chama de identidade cultural dos seres humanos, ou de uma sociedade.

- Diversidade biológica: Conhecida também como biodiversidade, ela se caracteriza pela vasta variedade de organismos vivos que formam a fauna, a flora e também pelos micro-organismos presentes no planeta.

-Diversidade étnica e racial: Esse termo se refere a um grupo de indivíduos que apresentam vários elementos em comum, tais como afinidade de origem, cultura, língua, história, valores, semelhanças físicas, religião. Diversidade racial é a grande variedade de povos, ou seja, variedade de raças. O Brasil apresenta uma população bem diversificada, resultado da miscigenação de vários povos, que deram origem a uma nova identidade cultural.

¹⁴ NKOMO, Stella M.; COX JR, Taylor. **Diversidade e identidade nas organizações**. CLEGG, SR, 1999.

-Diversidade sexual e de gênero: São distintas orientações sexuais e identidades de gênero, com foco na população LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros), que se encarrega de defender este conceito, para que seus direitos permaneçam intactos.

A Diversidade no Brasil é incrementada por diferentes culturas, pelo fato de ter sido colonizado por países diferentes, que influenciaram na construção da identidade cultural Brasileira. Como resultado, há diferentes costumes em nosso país, sendo bem visíveis entre o sul, sudeste, centro-oeste, nordeste e norte.

Além de ser um país formado pela cultura regional, o Brasil é um país que exala a diversidade da beleza feminina – negras, brancas, mulatas, loiras, ruivas, morenas, mulheres com diferentes tipos físicos: bem magras e altas, baixas e roliças, com diferentes tipos de cabelos e cor de pele, com manchas, marcas e cicatrizes – de acordo com Henrique Alckmin, doutor em Ciências da Comunicação: “No Brasil, a miscigenação traz um mosaico de cores e de formas nos cabelos, peles, olhos, etc.”¹⁵

O trabalho da fotógrafa romena Mihaela Noroc é um exemplo do espelho da diversidade feminina. Com a criação do projeto “*The Atlas of Beauty*” (O Atlas da Beleza) compôs uma série de imagens de figuras femininas, que representam a beleza e sua diversidade em diferentes países. Em sua trajetória fotográfica e artística, Mihaela Noroc passou por mais de 45 países, incluindo o Brasil, capturando em sua câmera mulheres reais.

Ela relata: “nos últimos anos eu trabalhei duro, salvei algum dinheiro e iniciei o projeto da minha vida: *The Atlas of Beauty*. Através da minha fotografia, eu quero capturar essa sensação de calor e serenidade que é específica das mulheres. Eu quero equilibrar toda a negatividade que vemos sobre elas na mídia. Acho que as pessoas deveriam ser mais conscientes sobre outras culturas e sobre o que a beleza pode nos ensinar: a ser mais tolerante. Beleza para mim significa diversidade e eu viajo o mundo para descobri-la. Da Europa Ocidental até às tribos africanas, do Rio de Janeiro até à China, eu tento captar, nas minhas fotos, rostos naturais e diversidade. Na minha opinião, beleza significa manter vivas suas origens e sua cultura. Para ser único, sincero, autêntico, particular, não é necessário moda. Eu

¹⁵ SOARES, Fernanda. **A beleza da mulher a ser revelada**. Canção Nova, 2016.

quero fazer deste atlas uma inspiração para todas as mulheres que tentam ser elas mesmas (...). Depois de fotografar mulheres em mais de 45 países, posso afirmar que a beleza está em todas as partes e a maquiagem, o dinheiro, a raça ou o status social não importam. Trata-se mais de ser quem você é. A moda global nos faz querer aparentar e comportar de uma mesma maneira, mas somos lindas porque somos diferentes (...). Talvez daqui a 50 anos todas as mulheres vão se vestir e agir da mesma forma. Espero que o meu projeto continue a ser um testemunho de culturas e tradições da minha época. Meu objetivo é estudar a beleza em todos os países do globo, se possível.” (Internet).¹⁶

O “Atlas da Beleza” apresenta dezenas de fotos de mulheres, muitas vezes registradas ao acaso em varias partes do mundo. Com a seleção de imagens, e a visão do trabalho como um todo, comprova-se que não existe um padrão para ser belo, todas somos belas, cada uma em sua particularidade, mesmo com manchas, cicatrizes e marcas sobre a pele.

Seguem em imagens, algumas das fotografias que compõem o “*The Atlas of Beauty*” (O Atlas da Beleza):



Figura 6. Vale do Omo – Etiópia.



Figura 7. Pushkar – Índia.

¹⁶ Disponível em: <<http://followthecolours.com.br/art-attack/the-atlas-of-beauty-romena-fotografa-mulheres-do-mundo-todo-para-mostrar-a-beleza-da-diversidade/>>.

Nos meios de comunicação atuais, é perceptível o aumento da consciência do consumidor e sua influência direta e indireta sobre a representação da pluralidade da beleza feminina. Foi a partir dos anos 90 que a Publicidade percebeu, em um grande grupo de mulheres que estavam fora dos padrões estabelecidos de beleza, a oportunidade de ampliar suas faixas de consumidoras.

Em 1992, a empresa de cosméticos “Natura” criou a campanha intitulada “mulher bonita de verdade”, que tinha como foco central a beleza das mulheres de diferentes idades e profissões. Foi nessa mesma época que a mulher passou a ganhar espaço e notoriedade no mercado de trabalho, desconstruindo o título de “dona de casa, esposa e mãe”. Passaram a ser consideradas figuras de importância e reconhecimento na sociedade. A mulher se viu mais independente, segura de si, mais consciente do próprio corpo e suas mudanças naturais no tempo, uma mulher mais forte, que reivindica seus direitos como pessoa e não quer se ver pressionada pelos padrões pré-estabelecidos da estética.

A multinacional “Dove” lançou, em 2004, uma campanha mundial questionando sobre o que era a real beleza. A empresa investiu em pesquisas sociais, realizadas em 10 países, e foi revelado que 68% das 3.200 mulheres entrevistadas acreditam que a mídia e seus meios de comunicação retratam um padrão de beleza ilusório e irreal. Seguido do mesmo estudo, 78% das mulheres gostariam que a beleza feminina fosse considerada como algo mais amplo do que apenas a aparência física. O resultado da pesquisa mostra que, apesar de algumas mulheres acreditarem que sucesso e felicidade dependem da beleza estética e da juventude, a maioria acredita e respeita a beleza da diversidade dos corpos femininos.

A marca “Dove” vem se mostrando com um posicionamento firme, e continuou investindo na valorização da diversidade da beleza feminina ao longo dos anos. Em sua mais recente campanha, lançada em 25 de abril de 2016, intitulada “Existe beleza fora da caixa”, são explorados os padrões estereotipados existentes na mídia, além da marca se posicionar sobre os tipos de beleza da mulher.



Figura 8. Cartazes da Campanha Dove “Beleza Fora da Caixa”.

A revista *Elle Brasil*, em maio de 2015, lançou a edição 324^a da revista e com ela a campanha “Você na capa”, em comemoração ao aniversário de 27 anos da sua revista. A capa espelhada, contendo somente a logo, a *hashtag* da campanha e os títulos principais, foi o que mais chamou a atenção do público consumidor. Através da capa espelhada é que se pôde perceber a intenção da campanha em evidenciar e valorizar a diversidade da beleza da mulher, que se vê refletida e em destaque na capa da revista. Na mesma edição, a revista ainda conta com oito mulheres, com belezas distintas, que desconstroem o padrão: “Nathane Lacerda, que possui muitas sardas; Andreza Cavali, representante albina; Natasha Hollinger, que apresenta um visual andrógino e *genderless*; Magá Moura, negra e com longas tranças rasta; Liane Kohlrausch, uma jovem senhora; Vanessa Mendes, que possui ascendência africana, portuguesa e indígena, personificando o mix cultural brasileiro; Geanine Marques, considerada exótica e com traços avantajados; e, finalmente, a modelo elegida Juliana Romano, jornalista e blogueira que veste tamanho 50 e representa o público *plus size* “com muito orgulho”. (MOTA, Allan Capdehourat Vila da. *Ruptura de padrões de beleza feminina na publicidade*. 2016.)¹⁷

¹⁷ MOTA, Allan Capdehourat Vila da. **Ruptura de padrões de beleza feminina na publicidade**. 2016.



Figura 9. Capa da edição de aniversário da Elle – Reprodução.



Figura 10. Peça do Editorial “Bonito é ser diferente”.

É perceptível nas últimas décadas o esforço da Publicidade em dar mais atenção às reclamações e descontentamento de diversos públicos, a respeito da baixa representação de minorias e de mulheres reais na mídia. A internet e as redes sociais possibilitaram uma facilidade em reivindicar e cobrar das grandes marcas uma representatividade maior. Através dessas solicitações, a mídia e diversas empresas começaram a utilizar uma diversidade maior de belezas e situações até então pouco exploradas.

As mudanças estruturais na sociedade também contribuíram para essas transformações nos meios de comunicação. Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística): “De 2004 a 2014, a quantidade de lares chefiados por mulheres aumentou 67% - 11,4 milhões de mulheres passaram a essa condição no período”. As mulheres passaram a ter importante papel na administração do lar, como principais responsáveis pelas contas, cuidados e manutenção do lar, e também maiores consumidoras.

Com as novas visões e concepções da mídia na atualidade, pode-se questionar se há de fato uma mudança dos padrões de beleza propostos pelas empresas e suas marcas. Apesar dessa ruptura do padrão ser perceptível na Publicidade, ainda é difícil de se ver livre de todo padrão pré-estabelecido, já que a propaganda é ligada diretamente à estética e às questões de mercado. De acordo com Carlos Camargo de Mendonça, professor do Curso de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG): “O caminho para mudar essa imagem da mulher, e com ela trazer outros grupos para um diálogo mais aberto, é árduo. Vemos a emergência de grupos que pedem mais visibilidade, e isso vale para as mulheres fora do padrão. Vale para as mulheres vitimadas fisicamente, psicologicamente e socialmente, por serem mulheres. Acredito que haverá uma mudança nesta imagem, mas às custas da luta cotidiana. Principalmente no Brasil, em que a publicidade está menos disposta a correr riscos do que em vários outros países”. (internet). ¹⁸

Mesmo com o padrão de beleza pré-estabelecido ainda presente, e dominador nos meios de comunicação, um grupo de pessoas que sempre se viram excluídas, conseguiram seu espaço, valorização e identidade nessa nova abordagem de inclusão da diversidade crescente na mídia.

¹⁸ Disponível em:

<http://sites.uai.com.br/app/noticia/saudeplena/noticias/2014/03/28/noticia_saudeplena,148068/beleza-interior-ou-beleza-sem-defeitos-qual-imagem-da-mulher-voce-q.shtml>.

6. INFLUÊNCIAS ARTÍSTICAS.

Em meu trajeto como artista, partindo de onde tudo começou, no ano de 2012, primeiro semestre como estudante de Artes Visuais na UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), pude experimentar diferentes técnicas artísticas e, principalmente, diversas técnicas pictóricas. Foi a partir dessas descobertas na vasta área pictórica que me deparei com a técnica da aquarela, sua delicadeza e suavidade, me permitindo o uso de transparências, camadas e mais camadas aguadas. A aquarela me proporcionava, e ainda proporciona, uma variedade de possibilidades pictóricas, que me fizeram apreciar ainda mais essa técnica tão singular, e me interessar pelos artistas que se dedicaram a ela.

- **Agnes Cecile:** Uma das primeiras artistas que tive o prazer em conhecer e que coloca a aquarela em destaque, como também o uso de tintas aguadas em seus trabalhos. Silvia Pelissero nasceu na Roma, em 1991, e usa o pseudônimo “Agnes Cecile” no mundo artístico e para assinar seus trabalhos. Silvia começou estudando na Escola de Arte italiana Giorgio De Chirico, mas depois continuou como autodidata. Seu trabalho está disponível em formato de imagens e vídeos em várias redes sociais, mas onde pude ter um primeiro contato com o trabalho da artista foi em seu canal no You Tube (rede social de vídeos), usado para divulgar seus trabalhos em vídeos de “*speed painting*” (pintura acelerada). Através de seus vídeos pude acompanhar como a artista lidava e trabalhava com a aquarela e o desenho, e foi tentando reproduzir seus trabalhos que me encontrei como artista e percebi a técnica que seria a maior parceira nas minhas produções.



Figura 11. Aquarela de Agnes Cecile.

- **Mario Zavagli:** Pintor, desenhista, retratista e aquarelista. Mario Zavagli nasceu em Guaxupé (Minas Gerais), onde começou seu percurso como artista aos 11 anos de idade. O artista é mais conhecido por suas deslumbrantes aquarelas de paisagens mineiras, que possuem diversas camadas de tinta aguada e abundantes detalhes. Tive a honra de ter sido sua aluna no Ateliê II e III do curso de Artes Visuais da UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), onde pude conhecer seu trabalho de perto como artista, pois o mestre aquarelista e professor Mario Zavagli muitas vezes executava suas pinturas no ambiente de ateliê. Essa proximidade entre aluna e professor me permitiu aprender mais sobre a aquarela diretamente com ele, e como resultado, suas pinturas, processos e conversas influenciaram diretamente meu trabalho, minha percepção sobre a técnica e o tratamento da tinta no papel.

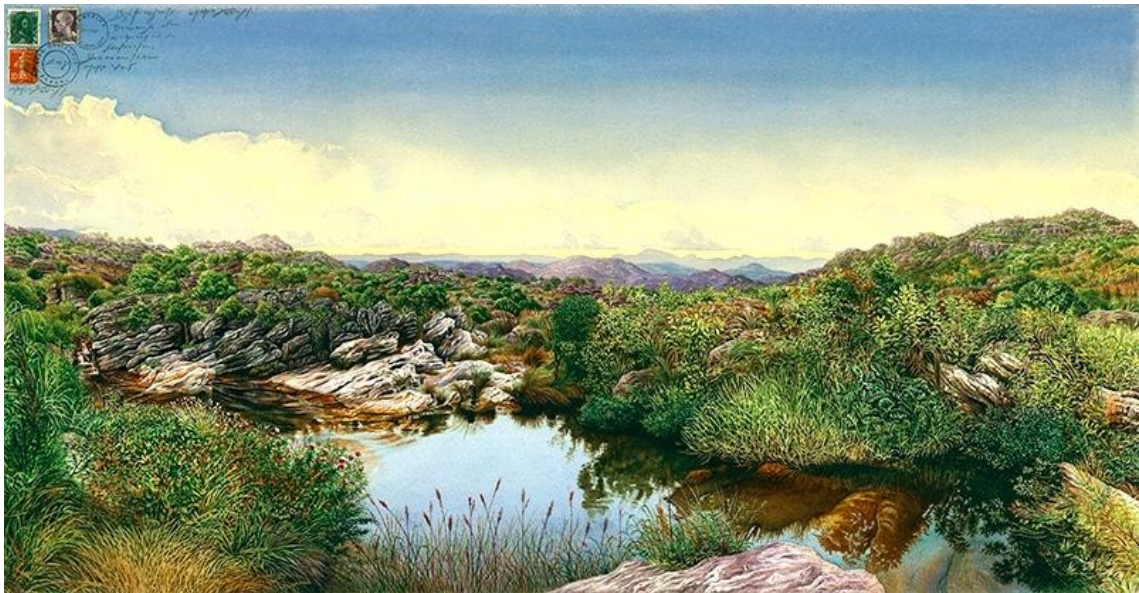


Figura 12. Aquarela de Mario Zavagli.

Outras influências, ou melhor, a mais importante, que me levou a refletir sobre o que queria produzir quanto à pintura, foi a mãe de uma amiga próxima, que em um dia comum se ofereceu para posar como modelo fotográfico, servindo como referência para meu projeto de pintura. Leila Viana, nome da mulher que um dia recebeu um diagnóstico que mudaria sua vida, câncer de mama, após passar por difíceis tratamentos e por uma grande cirurgia de remoção de uma das mamas, e após vencer um câncer e se recuperar, agora vive com uma marca sobre a pele, uma cicatriz que carrega lembranças difíceis, mas hoje fazendo parte dela como pessoa e principalmente como mulher.

Foi sua oferta como modelo que me fez refletir como as marcas sobre a pele afetam a autoestima feminina, se temos o direito de nos sentirmos bonitas ou se tentamos encobrir nossas marcas, manchas e cicatrizes. Depois de ser testemunha da recuperação e superação de Leila é que pude perceber também as mulheres que vivem ao meu redor e que carregam na pele marcas, mas que não possuem complexos de beleza e nem se sentem inferiores a outras mulheres. Exemplo disso é minha irmã caçula de apenas 19 anos, Samara Brant, que nasceu com uma mancha mais clara que seu tom de pele negra. Ela cresceu sem se importar com as perguntas curiosas das pessoas, e nunca tentou esconder sua mancha do mundo. Depois de notar a força de sua autoestima, ela influenciou meu trabalho pictórico, e meu modo de pensar sobre a estética tão cobrada de nós, mulheres.

7. PROCESSO INICIAL E ABORDAGENS TÉCNICAS.

7.1. Primeiros trabalhos:

Meus primeiros trabalhos com a proposta de retratar as marcas sobre a pele da mulher, tiveram início nos Ateliês I e II de Pintura, do curso de Artes Visuais, no ano de 2014. A ideia dessa proposta, como citado no capítulo anterior, partiu da oferta de Leila Viana, que possui sobre sua pele cicatrizes causadas pelo câncer de mama. Ela se ofereceu como referência fotográfica para um projeto de pintura. Foi a partir dessa oferta que o tema “marcas sobre a pele” surgiu e, desde então, vem sendo a ideia central para o planejamento e execução final das minhas pinturas. A aquarela foi a técnica que mais explorei durante meu percurso no curso de Artes Visuais, e a mais prazerosa. Ela pode ser notada como a principal técnica aguada presente em meus primeiros trabalhos. Seguem, em imagens, as primeiras aquarelas que registram meu processo inicial, explorando as “marcas sobre a pele” da mulher.

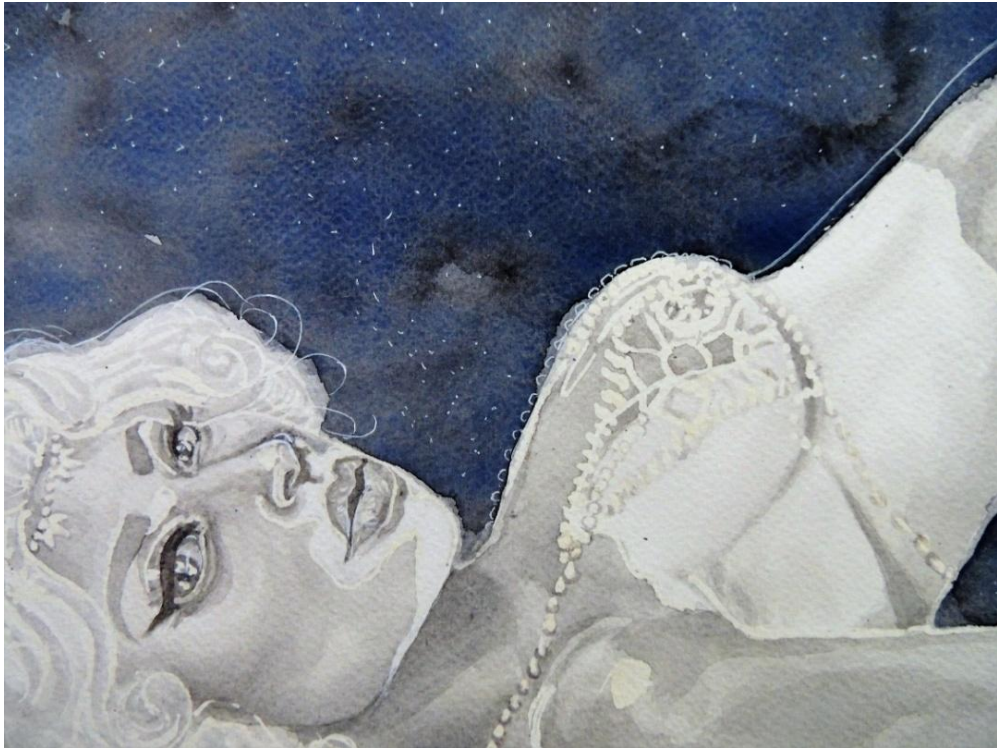


Figura 13. Aquarela sobre papel, 2014(vitiligo sobre a pele).



Figura 14. Aquarela sobre papel, 2014 (tatuagens sobre a pele).



Figura 15. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele e *piercing*).



Figura 16. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele).



Figura 17. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele e *piercing*).



Figura 18. Aquarela sobre papel, 2014 (pintura tribal sobre a pele).



Figura 19. Aquarela sobre papel, 2014 (manchas sobre a pele).

Meus primeiros trabalhos, como é possível observar nas imagens acima continham uma abordagem mais ampla sobre o tema “marcas sobre a pele”, nesse primeiro momento em que a proposta dos trabalhos ainda estava em desenvolvimento. As aquarelas de 2014 retratam marcas como tatuagens, pinturas tribais, manchas na pele, *piercings*, e vitiligo; diferentemente das marcas abordadas em meus trabalhos atuais, que são cicatrizes, distúrbios genéticos (p.ex. albinismo) e manchas sobre a pele. Meu processo inicial foi, de fato, muito importante para a estética visual presente nos meus trabalhos atuais, tanto no desenho e na pintura quanto no meu fazer artístico e no modo de pensar arte. Exemplo de trabalho atual, retratando o albinismo:



Figura 20. Aquarela e colagem sobre tela, 2016.

7.2. Abordagens técnicas:

As etapas técnicas que utilizo na maioria das minhas pinturas e, principalmente, nas duas telas descritas abaixo, parte do meu processo inicial para concepção dos trabalhos. O que será representado na tela parte de uma ideia, ou de algo que ouvi, que presenciei, ou até mesmo do meu gosto pessoal (ex. botânica, figura feminina, figura animal etc.).

O primeiro passo para iniciar a pintura é decidir o que quero representar no trabalho, e em seguida escolher o suporte e a técnica de pintura que utilizarei; a escolha do suporte depende muitas vezes da técnica, por causa da aderência da tinta ao material. Depois de escolhido o suporte, que no caso foi a tela de lona redonda para as duas pinturas, foi feita a preparação da tela com tinta látex.

O próximo passo é fazer um esboço do desenho que será transferido para o suporte. Em particular, nas duas telas citadas no trabalho para exposição, não passei pela etapa do esboço, o primeiro desenho foi feito direto na tela. Com o desenho já pronto no suporte em lápis grafite, o próximo passo é dar cor à figura e aos elementos da pintura com a técnica de minha preferência, que no caso foi a aquarela.

Por último, acrescento detalhes como pontos de luz com a tinta acrílica branca ou com uma caneta em gel branca e, finalmente, termino a pintura com uma camada de verniz fosco para dar acabamento e proteger a tela por mais tempo. Sempre encerro meu processo de pintura depois de contemplar e analisar meus trabalhos por algum tempo fazendo uma autocrítica oral sobre o resultado final da pintura.

Os materiais usados na concepção e finalização das pinturas foram selecionados de acordo com o propósito e utilidade de cada um. Para alcançar o resultado final desejado nas pinturas, a escolha dos materiais foi essencial, pois é a partir deles e do tratamento dado sobre o suporte que são definidos os resultados pictóricos, como por exemplo, as texturas.

Foram escolhidas, como suporte, duas telas circulares de 70cmx70cm cada. Essa escolha partiu da tentativa pessoal de sair do padrão de tela retangular, que é a mais usada pelos artistas. A ideia de usar o círculo como suporte partiu da significância de sua representabilidade, que é a “continuidade”, o “infinito” e o “sem princípio, nem fim”. A tela de lona foi escolhida por ser o suporte que mais se assemelha à pele humana (assunto tratado neste trabalho), devido à sua textura e espessura.

Para a preparação das telas foi utilizada a tinta látex branca. Esse material é importante para a durabilidade da pintura e o recebimento da tinta pela tela. Em seguida, foi feita a marcação do desenho com lápis grafite sobre a tela e, logo após, foi aplicada a primeira camada de aquarela diluída em água em todas as áreas demarcadas pelo desenho. Para a construção da luz, sombra, profundidade e volume das figuras e dos elementos de composição foram necessárias várias sobreposições de camadas de aquarela com pinceladas aguadas.

A aquarela foi escolhida como principal técnica devido à maior afinidade e experiência com ela que adquiri ao longo do meu percurso como artista. Por ser uma técnica não recomendada para telas, despertou meu interesse em explorar melhor sua reação sobre esse suporte que, por sua vez, recebeu bem a aquarela. O resultado foi satisfatório, devido à suavidade e delicadeza que a técnica pôde proporcionar para as figuras femininas e os elementos das pinturas.

A tinta acrílica foi usada em pontos das pinturas que necessitavam de cores e tons mais escuros, como os cabelos das figuras. A acrílica, diferentemente da aquarela é uma tinta mais densa e mesmo sendo utilizada diluída em água, ela alcança mais facilmente os tons mais escuros.

Em seguida foi utilizada a colagem para os elementos botânicos. Foi feito o recorte das flores e folhas presentes na estampa de guardanapos decorados com variados padrões de ilustração botânica. Os recortes foram fixados na tela com uma mistura de água e cola Cascarez (adesivo PVA). Foram aplicadas várias camadas dessa mistura sobre os recortes para melhor adesão deles sobre tela.

Seguem em esquema as Cores e tons que foram utilizados nos dois trabalhos, de acordo com a paleta de aquarela:

- **Branco**: foi utilizada a cor pura nas áreas de luz das figuras, ex. reflexo dos olhos e boca.
- **Preto**: foi utilizado somente misturado com o marrom e/ou a cor cinza de Payne's; as áreas em que utilizei a mistura foi na pupila dos olhos, nos cabelos e pelos.
- **Marrons**: siena cru, siena queimado, sombra queimada e o sépia. Os quatro tons de marrom foram usados puros e misturados entre si. Os marrons foram utilizados para os tons de pele, sombras, cor dos olhos (íris), cabelos e pelos das figuras.

- **Amarelo, vermelho e laranja:** amarelo cádmio, limão cádmio, vermelho cádmio, laranja dourado. As cores citadas foram usadas misturadas com o branco, para fazer os tons de pele. A mistura de cores foi aplicada nas áreas de pele e ponto de luz das figuras. A mistura dos tons de amarelo foi utilizada no círculo de fundo presente atrás das figuras.

- **Vermelho, azul, rosa e roxo:** vermelho inglês, luz vermelha do lago Madder, carmim, azul cobalto, azul fitalocianina, rosa quinacridone, magenta, lilas quinacridone, violeta cobalto, violeta. Foram usadas misturadas e puras. Os tons de rosa foram usados para preencher os lábios das figuras. Os tons de azul e roxo foram utilizados no cabelo da figura de pele morena. Na roupa dessa mesma figura o amarelo e o roxo foram aplicados.

As cores das estampas presentes nos guardanapos, utilizados para colagem na tela, são as cores padrão de cada estampa. Procurei por branco e tons de vermelho, rosa, roxo, verde, azul e laranja que foram escolhidos dentre as variadas opções de estampas de flores contendo uma vasta gama de cores e tons disponíveis.

Para o acabamento dado às pinturas, utilizei a caneta Posca PC. 1m 0,7mm na cor branca para pequenos detalhes de luz, e o verniz fosco em *spray* para proteção e durabilidade das pinturas. As pinturas serão expostas em sequencia horizontal, na parede, uma tela disposta ao lado da outra, sendo usados dois pregos fixados como apoio das telas.

8. LEITURA CRÍTICO - FILOSÓFICA SOBRE MEU TRABALHO.

Meus trabalhos, em sua maioria, consistem da figura feminina como elemento central e de destaque. Já a técnica mais presente em minhas pinturas são as aguadas, como a aquarela e a acrílica. Mas, enfocarei aqui, apenas duas telas que serão parte da exposição de formandos, e parte essencial neste trabalho de conclusão de curso, apresentadas como minha leitura crítico/filosófica.

As duas obras foram intituladas “*sur la peau*”, que traduzido do Francês quer dizer “sobre a pele”, ou seja, as marcas naturais e acidentais sobre a pele. Em uma das telas, foi representada a marca natural de nascença, uma mancha clara estampando a pele escura da modelo que usei como referência. Por pedido dela, o rosto da figura foi modificado para outro, que foi criado por mim no desenho e, por fim, na pintura. Na outra tela, foi representada a marca de cicatriz cirúrgica, a figura feminina não possuindo um dos seios devido ao câncer de mama. A pedido da modelo usada como referência, o rosto foi substituído por um criado por mim, na pintura.

Nos dois trabalhos, foram destacadas as marcas sobre a pele, o olhar das figuras e a expressão facial de cada uma. Busquei transmitir o bem estar na expressão das figuras, diferentemente da estranheza presente em trabalhos anteriores. Através do olhar intenso das figuras, pretendo captar a atenção do observador e, através da expressão das figuras, espero que o espectador perceba que as marcas sobre a pele não retiram a beleza do corpo feminino e a sua autoestima. A ilustração botânica está presente nas pinturas como elemento de composição e como salientador da beleza presente nas figuras.



Figura 21. Manchas sobre a pele.

A estrutura compositiva da pintura acima é composta pela figura feminina centralizada no suporte, e pelos elementos que compõem a pintura, como as flores e folhas que formam uma meia lua na parte inferior da tela, mais o círculo plano e monocromático atrás da figura central. A posição corporal da figura central enfatiza suas marcas sobre a pele; a sua mancha de nascença é evidenciada pela posição do tronco e dos braços da figura. A estrutura tonal da pele também enfatiza a mancha sobre sua pele, que é mais clara que o tom de pele negra da figura.

O olhar direto da figura, e sua pretensão em exibir sua marca, ressalta a aceitação sobre a aparência de sua pele. Diferente do que se é esperado das mulheres fora dos padrões de beleza ainda existentes atualmente. O desenho da figura, e suas características, ressaltam a imagem psicológica que ela apresenta, transmitindo autoaceitação e autoestima. A Estética é o termo da filosofia que melhor define as qualidades pictóricas deste trabalho. Por ser a área encarregada de estudar as sensações, a Estética aborda a experiência vivida através da sensibilidade em suas várias formas, levando em conta os sentimentos provocados no sujeito observador, tanto quanto no observado. A Estética se relaciona diretamente com a pintura acima, enquanto forma da expressão criativa e pessoal do que considero “belo”.



Figura 22. Cicatrizes sobre a pele.

Com estrutura compositiva semelhante à da pintura anterior, na sua construção e pelos seus elementos, a figura acima enfatiza suas marcas sobre a pele. Sua cicatriz causada pela cirurgia de remoção de uma dos seios, devido ao câncer de mama, é evidenciada pela posição do tronco e dos braços da figura. A estrutura tonal da pele também ressalta a cicatriz sobre sua pele, que é mais escura que o tom de pele clara da figura.

A imagem transmite também todo um processo pelo qual a figura teve que passar para alcançar a autoaceitação e a autoestima. Por ser uma parte do corpo muito importante para nós mulheres, a perda de uma dos seios em um processo longo e doloroso deixa uma sequela física e psicológica. Seu olhar e sua exposição das próprias marcas são o testemunho imagético de sua autoaceitação. Além da Estética, o Pluralismo também é um bom termo filosófico para descrever o trabalho acima. Seu conceito se baseia na visão de que são múltiplos e individuais os direitos fundamentais, doutrinas e sistemas conceituais para os serem que compõem o universo. O conceito filosófico se equipara ao conceito atual de Pluralismo que se caracteriza pela multiplicidade, pela coexistência de diferentes aspectos, pela pluralidade de opiniões e pensamentos dentro de uma sociedade. O Pluralismo da beleza feminina é parte essencial neste trabalho de conclusão de curso e está representado nas pinturas aqui apresentadas.

9. CONCLUSÃO.

Ao longo da História da Humanidade, a definição do que era considerado “belo” passou por diversas mudanças, ou seja, em cada época específica foram estabelecidos diferentes conceitos e padrões de beleza. Apenas um pequeno grupo de pessoas se enquadrava nesses padrões, que excluía a grande maioria, e rejeitavam a beleza que existe na diversidade. Mas, atualmente, é possível perceber uma promissora mudança de pensamento quanto ao que a população define como “belo”. A diversidade da beleza feminina finalmente foi notada e evidenciada pela mídia, fazendo com que as mulheres, muitas vezes excluídas desse meio, se sentissem representadas. Isso se deu, principalmente, graças ao empoderamento feminino, suficientemente forte para provocar mudanças profundas em hábitos e práticas que pareciam imutáveis.

Os trabalhos que produzi durante meu percurso acadêmico representam minha tentativa em evidenciar a beleza que existe em mulheres que, muitas vezes, não se sentem bonitas. Ou que escutam, ao longo da vida, que precisam ser perfeitas, que precisam corrigir aparentes “defeitos” estéticos, apontados por um conhecido ou completo estranho. Entre minhas motivações, a de mostrar a pele como superfície do corpo humano, e não como fator definitivo de beleza, está em evidência em meus trabalhos pictóricos. Mostrar que, mesmo com manchas, marcas e cicatrizes sobre a pele, a beleza existe sim, independente de opiniões contrárias, porque a beleza é bem maior que aparências. Ela é um conjunto de sentimentos, ela é simplesmente ser.

Os padrões de beleza e os preconceitos quanto à diversidade da beleza feminina ainda estão em processo de serem desconstruídos totalmente. Mas é a partir de um começo que se vê esperança, surgindo daí possibilidades em levantar discussões e criar novas pesquisas sobre a representatividade da mulher e sua diversidade na mídia.

10. REFERÊNCIAS:

BALDISSERA, Rudimar; DE ARAUJO, Denise Castilhos. **Responsabilidade social, diversidade e marketing: o discurso Real Beleza Dove**. Fronteiras-estudos midiáticos, v. 9, n. 1, p. 34-44, 2007. Disponível em:
<<http://200.144.189.42/ojs/index.php/fronteiras/article/viewFile/3153/2963>>.

BATISTA, Nadezhda Bezerra. **Rugas e pneuzinhos, que mal tem? O discurso da beleza fora dos padrões na publicidade**. Ciberlegenda, n. 20, 2008. Disponível em:
<<http://www.uff.br/ciberlegenda/artigonadezhdabezerra.pdf>>.

BOLSANELLO, Débora. **Educação somática: o corpo enquanto experiência**. Motriz, Rio Claro, v. 11, n. 2, p. 102, 2005. Disponível em:
<https://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/11n2/11n2_08DBB.pdf>.

DA VEIGA GREUEL, Marcelo. **Da "Teoria do Belo" à "Estética dos sentidos"**: reflexões sobre Platão e Friedrich Schiller. Anuário de Literatura, n. 2, p. 147, 1994. Disponível em:
<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/literatura/article/viewFile/5362/4757>>.

DE FREITAS, C. M. S. M. et al. **O padrão de beleza corporal sobre o corpo feminino mediante o IMC**. Rev. bras. Educ. Fís. Esporte, v. 24, n. 3, p. 389-404, 2010. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/rbefe/v24n3/a10v24n3>>.

KANT, I. **Observaciones acerca del sentimiento de lo bello e de lo sublime**. Tradução de Luís Jiménez Moreno. Madrid: Alianza Editorial, 1990.

MONTAGU, Ashley. **Tocar: o significado humano da pele**. Grupo Editorial Summus, 1988. Disponível em:
<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=UsJKWT_n--0C&oi=fnd&pg=PA21&dq=orgao+%2B+pele&ots=OMTVL_v7cT&sig=uCL7JR62dIrCiyZ_h8b0kWUVZew#v=onepage&q=orgao%20%2B%20pele&f=false>.

MORENO, Rachel. **A beleza impossível: mulher, mídia e consumo**. Editora Ágora, 2008. Disponível em:
<<https://books.google.com.br/books?id=ScGXCwAAQBAJ&pg=PT62&lpg=PA6&focus=viewport&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>.

MOTA, Allan Capdehourat Vila da. **Ruptura de padrões de beleza feminina na publicidade**. 2016. Disponível em:
<<http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/43438/TCC%20Allan%20Capdehourat.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>.

NKOMO, Stella M.; COX JR, Taylor. **Diversidade e identidade nas organizações**. CLEGG, SR, 1999.

SOARES, Fernanda. **A beleza da mulher a ser revelada**. Canção Nova, 2016. Disponível em:
<https://books.google.com.br/books?id=_RC3CwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>.

VIANNA, Cynthia Semíramis Machado. **Da imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos**. Revista da Faculdade de Direito UFPR, v. 43, 2005. Disponível em:
<<http://revistas.ufpr.br/direito/article/viewFile/6991/4969>>.

<http://www.portaleducacao.com.br/enfermagem/artigos/24015/pele-o-maior-orgao-do-corpo-humano>

<https://www.todamateria.com.br/pele-humana/>

<http://www.infoescola.com/doencas/albinismo/>

<http://www.accelerated-ideas.com/dicasdesaude/marcas-de-nascenca.aspx>

<http://brasilecola.uol.com.br/doencas/cicatriz.htm>

<https://www.google.com.br/?ion=1&espv=2#q=define:beleza>

<http://www.inclusaodiferente.net/2012/01/o-conceito-de-preconceito.html>

<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/sociologia/preconceito.htm>

<http://www.significados.com.br/preconceito/>

<http://brasilecola.uol.com.br/psicologia/atitude-preconceito-stereotipo.htm>

<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/o-que-e-o-reconceito/35499/>

<http://brasilecola.uol.com.br/psicologia/atitude-preconceito-estereotipo.htm>

http://sites.uai.com.br/app/noticia/saudeplena/noticias/2015/04/03/noticia_saudeplena,152799/nao-sou-uma-coitada-mulheres-desafiam-as-imposicoes-da-aparencia.shtml

<http://conceito.de/auto-estima#ixzz4Ihu511kW>

<https://www.significados.com.br/diversidade/>

<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/eneo2002-70.pdf> (conceito de diversidade)

http://sites.uai.com.br/app/noticia/saudeplena/noticias/2014/03/28/noticia_saudeplena,148068/beleza-interior-ou-beleza-sem-defeitos-qual-imagem-da-mulher-voce-q.shtml

<http://luciliadiniz.com/o-atlas-da-beleza-real/>

<http://followthecolours.com.br/art-attack/the-atlas-of-beauty-romena-fotografa-mulheres-do-mundo-todo-para-mostrar-a-beleza-da-diversidade/>

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/12/1714906-proporcao-de-familias-chefiadas-por-mulheres-chega-a-40-em-2014.shtml>

http://lounge.obviousmag.org/entre_ocio_e_sonhos/2012/12/as-incriveis-aquarelas-de-agnes-cecile.html

<http://www.portalartes.com.br/colunistas/carlos-perktold/1235-mario-zavagli-mestre-aquarelista.html>

<http://www.infoescola.com/artes/estetica/>

<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/pluralismo>

11. REFERÊNCIAS DE IMAGENS:

FIGURA 1:

<http://www.hypeness.com.br/2014/05/beleza-dos-albinos-e-retratada-em-serie-belissima/>

FIGURA 2:

<http://www.mirror.co.uk/news/world-news/beautiful-woman-covered-moles-brilliant-8411079>

<http://www.swimfitness.com.br/single-post/2016/09/21/Jovem-que-foi-v%C3%ADtima-de-bullying-aceita-seu-corpo-e-vira-inspira%C3%A7%C3%A3o-na-web>

FIGURA 3:

<http://moldamente.blogspot.com.br/>

FIGURA 4:

https://www.reddit.com/r/pics/comments/35w3iz/chantelle_brownyoung_is_very_unique/

FIGURA 5:

http://imgsapp.sites.uai.com.br/app/noticia_133890394703/2015/04/03/152799/20150330123025163142o.jpg

FIGURA 6:

<http://obviousmag.org/sphere/2015/02/o-atlas-da-beleza.html>

FIGURA 7:

<http://www.grandha.com.br/fotografa-cria-projeto-atlas-da-beleza/>

FIGURA 8:

<http://exame.abril.com.br/marketing/dove-mostra-que-existe-beleza-fora-da-caixa/>

FIGURA 9:

<http://www.skygraf.com.br/blog/2015/05/05/skygraf-produz-capa-especial-de-aniversario-da-elle/>

FIGURA 10:

http://www.modifica.com.br/o-que-as-edicoes-de-aniversario-da-elle-e-vogue-brasil-revelam-sobre-cada-revista/#.WIdwJ_krLcs

FIGURA 11:

<https://www.designerd.com.br/as-fascinantes-aquarelas-de-agnes-cecile/>

FIGURA 12:

<http://centroculturalminastc.com.br/agenda-de-eventos/gravuras-e-aquarelas-mario-zavagli/>

FIGURAS 13 A 19:

Autoria: Sarah Brant.

Formato: A3.

FIGURA 20:

Autoria: Sarah Brant.

Formato: 40 cm x 50 cm.

FIGURAS 21 e 22:

Autoria: Sarah Brant.

Formato: 70 cm x 70 cm.