

## **A flor na pele: percepções sobre poder e estética da comunicação através da tatuagem e maquiagem<sup>1</sup>**

Luana Tereza Coelho de OLIVEIRA<sup>2</sup>

Julianna Garcia LEÃO<sup>3</sup>

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Maria Ataíde MALCHER<sup>4</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é compreender melhor algumas das características estéticas de transformações corpóreas, sejam temporárias, como a maquiagem, ou permanentes, como a tatuagem. Entre as perspectivas que serão adotadas está a de que ambas estão ligadas a relações de poder e subjetividade, e que tanto a maquiagem quanto a tatuagem estão vinculadas a ideia de que o corpo é uma superfície que comunica. As modificações, independente do seu período de duração, interferem diretamente na percepção do indivíduo sobre si e sobre o mundo que o cerca e na percepção que outros terão sobre o indivíduo.

**Palavras-chave:** Corpo; Poder; Estética da Comunicação; Tatuagem; Maquiagem.

### **A maquiagem e a tatuagem ao longo da história**

Apesar de ainda haver muita divergência a respeito da origem de alguns produtos, se sabe que a maquiagem esteve presente desde muito tempo na humanidade. Os historiadores acreditam que a maquiagem como forma de embelezamento tenha surgido por volta de 3000 a.C, ainda no Egito Antigo. O *khol*, um pigmento em pó de cor preta feito à base de carvão, é considerado o primeiro produto dedicado à maquiagem. Nesta época, o ato de se maquiar estava restrito à alta classe, e consideravam que a pintura dos olhos era uma maneira de não olhar diretamente para Rá, o Deus do Sol, em forma de respeito e temor.

Já na Idade Média europeia, difundiu-se a ideia de que maquiar-se era impróprio, sendo condenado inclusive pelo clero como uma forma de incitação à luxúria. Àquela época, a maquiagem era considerada uma forma de pecado. Foi apenas durante a Era

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado do DT 6 - Interfaces Comunicacionais da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Pará, UFPA. E-mail: luacoelho.oliveira@gmail.com

<sup>3</sup> Graduanda em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Pará, UFPA. E-mail: julianna.leao@gmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará, UFPA. E-mail: disciplinasgraduacao@gmail.com

Renascentista, com início no século XIV, que a maquiagem passou a ser aceita novamente no Ocidente. Com o resgate da valorização do ser humano em todos os seus aspectos, o resgate do uso da maquiagem pode ser visto como um “cuidar de si”. Catarina de Médici, nobre italiana que foi rainha consorte da França entre os anos de 1547 e 1559, era adepta do uso dos cosméticos e foi uma das grandes difusoras da maquiagem daquela época. Com isso, o uso da maquiagem foi gradativamente sendo cada vez mais aceita na sociedade, principalmente entre as classes mais altas.

A Revolução Industrial do século XIX foi o primeiro passo para que a maquiagem se tornasse um bem de consumo mais popular. É a partir de 1920, época conhecida como a Era de Ouro de Hollywood, que o cinema vigora como coadjuvante na popularização da maquiagem no mundo ocidental, cujas principais referências comportamentais e culturais vinham dos Estados Unidos. As atrizes hollywoodianas mais famosas daquela primeira metade do século, como Rita Hayworth e Katharine Hepburn, apareciam em seus filmes sempre muito bem produzidas e caracterizadas e se tornaram ícones de beleza. A “mulher comum” queria também se sentir uma musa do cinema, e para isso, entre demais artifícios, recorria à maquiagem.

Foi nesse ambiente que despontou a fama de um maquiador que é atualmente conhecido como o pai da maquiagem moderna: Max Factor. Polonês radicado estadunidense, Max foi o cosmetólogo oficial da Corte Imperial russa durante o início do século XX. Como a iluminação e as lentes das câmeras não perdoavam a maquiagem extremamente pesada que era usada na época para as filmagens, Factor aperfeiçoou a fórmula da base para o rosto, tornando-a mais fina e menos artificial. Foi a primeira base com potencial para ser comercializada e utilizada fora do ambiente cinematográfico. Além disso, para contribuir nas cenas dramáticas, ele criou os cílios postiços. Em 1916 ele passou a comercializar sombras para os olhos: foi a primeira vez que a maquiagem foi disponibilizada fora dos camarins do cinema, ou seja, para o público comum. Esse foi o início da sua própria linha de maquiagem, que leva seu nome e é vendida até hoje. Ele é considerado o primeiro maquiador profissional da história.

Atualmente, o papel mais comumente dado à maquiagem feminina é o de realçar os traços naturalmente bonitos de cada indivíduo e disfarçar pontos indesejados, bem como uma maneira de recriar os traços e características físicas, seja por meio da aplicação de *blush* ou outras modificações mais simples, passando pelas técnicas de contorno (ver figura 3) e indo à imitação de “sinais de beleza”, sardas ou outro tipo de criação. Além disso, a

indústria cosmética tem aprimorado as técnicas e componentes dos produtos para agregar a eles ativos que possibilitem tratamentos para a pele, tais como clarear manchas e prevenir o envelhecimento precoce<sup>5</sup>.

Assim como a maquiagem, a tatuagem está presente na humanidade já há vários séculos, tanto que não se pode afirmar em que período ou lugar ela apareceu primeiro. Desta forma, o parâmetro que podemos utilizar é o de que uma parte considerável das técnicas de tatuagem e desenho possui origem étnica, pois há registros históricos que apontam o uso de inscrições no corpo em diversos povos ao longo da história da humanidade. Acredita-se que, nessas comunidades, as inscrições na pele eram utilizadas como elementos representativos para ilustrar a fase da vida em que o indivíduo está, além de serem símbolos de comemorações, conflitos, ou ilustrações religiosas, onde a maturidade atribui mais qualidades aos líderes espirituais que guiam as tribos.

No período de 2160 a.C. até 509 a.C. a tatuagem era elemento de diferenciação social ao simbolizar o poder de quem as possuía, mas no século VIII, havia sido banida por decreto do papa Adriano I. No século XVIII, a tatuagem começou a ser mais difundida no ocidente e desde então passa por um turbulento período de mudança de significados dentro das sociedades, pois deste período até a atualidade, a tatuagem passou de ornamento dos integrantes da realeza europeia para marca de marinheiros, marginais e demais rebeldes ao longo das décadas. A imagem negativa e a conotação “fora da lei” se deu pelo fato de, em 1878, o governo inglês utilizar a tatuagem para marcar os presos da época, evitando que estes fossem confundidos com as demais pessoas, a conotação negativa foi tão marcante que ela também foi proibida na Nova York do século XX.

Já em 1959, chegava a terras brasileiras o precursor da tatuagem moderna no Brasil: Knud Harald Lykke Gerersen, mais conhecido como *Lucky Tattoo*. O termo tatuagem moderna é utilizado entre os tatuadores e serve para ilustrar os desenhos que retratam principalmente figuras da cultura ocidental, já as tatuagens que retratam cultura indígena ou de quaisquer povos tradicionais são vistas como tatuagem clássica, pois cada povo tradicional possui seu estilo de grafismo corporal. Um dos mais conhecidos pesquisadores

---

<sup>5</sup> As informações sobre a história da maquiagem foram retiradas dos seguintes portais: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-surgiu-a-maquiagem>>; <<http://www.portaleducacao.com.br/estetica/artigos/27189/historia-da-maquiagem>>; <<http://www.saudebeleza.org/maquiagem/a-historia-da-maquiagem/>>; <[http://www.istoe.com.br/reportagens/241587\\_E+MAX+FACTOR+CRIOU+O+RIMEL+A+SOMBRA+A+B ASE+>](http://www.istoe.com.br/reportagens/241587_E+MAX+FACTOR+CRIOU+O+RIMEL+A+SOMBRA+A+B ASE+>)> <<http://maxfactor-international.com/heritage/the-max-factor-story>>  
Acessos entre 29 de junho e 10 de julho de 2015.

sobre a origem da tatuagem no Brasil é Inácio da Glória<sup>6</sup>, tatuador com mais de 35 anos de atuação, reconhecido no Brasil e no exterior pelo tempo de experiência e por suas pesquisas sobre a tatuagem. Ele possui um acervo com centenas de imagens, depoimentos e recortes de jornais que o auxiliam na tarefa de montar uma linha do tempo sobre a presença da tatuagem em solo brasileiro.

A forma como as pessoas enxergam a tatuagem passou por alterações outra vez nos anos 90, desta vez pela indústria de brinquedos a partir de 1999, quando a Mattell<sup>7</sup> lançou a linha *Barbie Butterfly Art*, uma boneca com visual típico de verão que vinha acompanhada com uma cartela de tatuagens laváveis em formato de borboleta. No entanto, a coleção acabou sendo suspensa por conta das reclamações dos pais. Em 2009, foram lançadas as *Barbies Hard Rock Café*, *Harley Davidson* e *Totally Stylin' Tattoo* que fizeram sucesso entre crianças, jovens e colecionadores, mas que mais uma vez encontraram barreiras nos pais, utilizando-se do argumento de que a boneca estaria influenciando as crianças a desejar as tatuagens e elementos da vestimenta da boneca sem que tenham idade adequada para estes comportamentos. Tais reclamações resultaram no recolhimento da linha *Totally Stylin' Tattoo* de algumas lojas.

Muito do que se viu durante a história, mas com ainda mais força e divulgação nos últimos cem anos, era de que havia um padrão estético a ser seguido, sendo notado com maior clareza dentro do universo feminino. Atualmente, ainda percebemos que há padrões estéticos que estão presentes na sociedade e que exercem influências na forma como o indivíduo atua no cotidiano e percebe o mundo ao seu redor.

Há uma necessidade aparente de que é preciso se encaixar nos moldes que a sociedade cria para ser aceito na sociedade. Essa necessidade pode fazer surgir no indivíduo uma não aceitação, quase uma negação, do próprio corpo, o que leva muitos a buscarem alternativas para aceitarem o que se vê no espelho.

Diante disso, observa-se que na sociedade existem inúmeros artifícios para se atingir o considerado corpo perfeito. Segundo Tânia Marcia Cezar Hoff, estes artifícios podem ser:

---

<sup>6</sup> As informações sobre a história da tatuagem foram obtidas através de uma entrevista cedida por GLÓRIA, Inácio da. *Chegada da Tatuagem Moderna no Brasil*. Entrevistadora: Luana Tereza Coelho de Oliveira. Belém, 2013, além da consulta dos seguintes portais:

<<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI132738-17770,00-CONHECA+A+HISTORIA+DA+TATUAGEM>>;

<<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-surgiu-a-tatuagem>>

Acessos em 30 de novembro de 2013 e 08 de julho de 2015, respectivamente.

<sup>7</sup> Fábrica estadunidense de brinquedos. Um de seus principais produtos é a boneca Barbie.

[...] a moda, a atividade social, as práticas esportivas, a alimentação, os tratamentos estéticos e de saúde. O corpo apresenta-se como um importante vetor de investimento, o que se mostra possível por meio do cuidado de si ou das práticas/técnicas de si. (HOFF, 2015, p. 148)

Na sociedade observa-se que esse cuidado de si pode ser compreendido como um conjunto de técnicas que o indivíduo elabora para se transformar e, dessa forma, se encaixar ou quebrar os padrões estéticos que tal sociedade possui. Essas técnicas de transformação faz imaginar que o indivíduo urbano busca, em vários momentos, recriar a concepção humana. Ainda segundo Hoff:

[...] a produção de corpos diferentes – radicalmente modificados – parece obedecer à utopia da criação da imagem corporal, mas também sugere uma atitude de oposição e de resistência: quando as relações humanas são mediadas pelas imagens e a aparência do corpo torna-se o principal valor do sujeito, modificações extremas da estética corporal manifestam uma crítica dos sujeitos, que atuando no âmbito da aparência, utilizam-na para expressar a não conformidade e resistir à padronização estética do corpo belo e saudável. (HOFF, 2015, p. 142-3)

Essa questão sobre a resistência perante os padrões estéticos, bem como a confirmação destes mesmos, podem ser analisados a partir do entendimento de Foucault sobre o corpo e o poder.

### **O corpo como forma de poder**

Vestir-se bem, estar em forma, ter o cabelo bem cortado. São características que, inegavelmente, fazem com que o indivíduo seja bem visto na sociedade. Quem, de fato, não está minimamente preocupado com estes padrões está sujeito a olhares pouco piedosos. Olhares estes que julgam, permeiam o cotidiano. Olhares que *têm poder*.

Sérgio Murilo Rodrigues (2003), em um estudo sobre o corpo como materialidade de exercício do poder com base nos textos de Michel Foucault, diz que:

O corpo traz diferentes valores dependendo de quem olha e do lugar de onde ele é olhado. O corpo não tem valor em si mesmo, mas um valor dependente do lugar que ele ocupa [...] Não há nos discursos nada que não seja um “olhar imparcial”, despossuído de todo o poder. Todo “olhar” já é uma “interpretação”, um posição, um lugar de vislumbre, um lugar de poder. (RODRIGUES, 2003, p. 112)

Isso significa que, dependendo de quem olha o corpo em questão, as formas de observa-lo e julga-lo podem variar. Até o ato de olhar o próprio corpo não está livre de

interpretações. As possibilidades de interpretação que o indivíduo tem sobre outro fazem parte do repertório cultural, religioso, científico, e tantas outras facetas do observador.

Pode-se dizer, então, que qualquer um está sujeito a julgamentos de toda a espécie, a qualquer momento. A compreensão do corpo independe do sujeito “dentro do corpo”. Porque ao observarmos o indivíduo automaticamente exercemos poder sobre ele e o enquadrados em nossas lógicas classificatórias. Isabelle Queval (2008) acredita que:

[...] o corpo sempre se refere ao seu ambiente, a sua época, a seu lugar. Ele é o tecido de uma inscrição política, científica, técnica. Desde que existe, o corpo existe em situação, assim como sujeito. (QUEVAL, 2008, p. 92, tradução nossa)<sup>7</sup>

Se o corpo existe com o sujeito dentro de um contexto, ele está propenso a interpretações diversas, dependentes do repertório do observador. Pode-se dizer que as interpretações não serão homogêneas por conta do repertório do sujeito estar ligado aos seus ecossistemas estéticos (MEDEIROS e PIMENTEL, 2013). A importância e a composição desses ecossistemas dentro das sociedades explicariam costumes que são considerados aceitáveis em determinada sociedade, e abomináveis em outra. Os ecossistemas são compostos por outros sistemas que compõem os vínculos, afetos e conexões do indivíduo. Cada interação pode interferir nas interpretações do sujeito e elas também podem mudar de acordo com a contemporaneidade, uma vez que os “modos de ver” não durarão para sempre, e estão sujeitos a mudarem junto com a sociedade ao longo do tempo (SIQUEIRA, 2015).

Rodrigues afirma que: “As disciplinas atuantes sobre o corpo são ciências” (2003, p.113). Porém, essas disciplinas também dependem do repertório cultural, e não apenas de indicações exclusivamente científicas, reforçando que há uma relação de poder entre os conhecimentos científicos e não científicos no que diz respeito à forma do corpo. Como exemplo disso, pode-se dizer que, há algum tempo, é notável que as pessoas que eram mais vistas em capas de revistas, bem como a maioria dos modelos, principalmente do sexo feminino, tinham o corpo extremamente magro. Com o tempo, diversas revistas começaram a dar destaque ao tema, mostrando que cada vez mais as pessoas buscavam ser mais magras. Rodrigues (2003) afirma que: “A novidade surgida após a modernidade é que a

---

<sup>7</sup> [...] le corps est toujours liée à son environnement, son temps, sa place. Il est le tissu d'une demande politique, scientifique, technique. Des là, le corps dans une situation existe, ainsi que le sujet.(QUEVAL, 2008, p. 92)

coerção exercida sobre o corpo passa a ser fundada em saberes racionais e científicos” (2003, p. 113). Entre esses saberes, está a medicina que, simbolizada pela presença de profissionais, principalmente em programas televisivos, afirma que ser muito magro pode trazer malefícios à saúde. Porém, mesmo assim, para algumas culturas, é desejável que o indivíduo seja extremamente magro. Segundo Rodrigues:

Mesmo diante do próprio corpo, o sujeito irá ter seu “olhar” inevitavelmente marcado pelo imaginário cultural, pelas crenças, pelos instrumentos científicos, e pelo conhecimento “oficial”. (RODRIGUES, 2003, p. 111)

Significa dizer que, apesar de os saberes “oficiais” terem ganhado força ao longo da modernidade, o repertório cultural de cada povo também dita os poderes na sociedade em que este povo está. Por isso, não se deve levar em consideração apenas o conhecimento científico ou comprovado para entender os micropoderes que se espalham pela sociedade “através de pequenas práticas repetitivas” (RODRIGUES, 2003, p. 116) e que tornam os padrões estéticos socialmente aceitos.

Como a tatuagem é uma forma mais explícita de o indivíduo mostrar suas preferências à sociedade, alguns desenhos são feitos com o intuito de realçar esses traços. É o caso de pessoas que adotam tatuagens para destacar partes de seus corpos e sua forma física como um todo. Algumas pessoas com o físico naturalmente mais esguio adotam tatuagens em locais que realcem seu biotipo, como costelas, braços e clavícula (Figura 1). Bem como indivíduos mais robustos buscam trazer destaque para grandes áreas do corpo, como costas, braços e pernas. Neste último caso citado a prática é bastante visualizada entre membros de motoclubes e comunidades de tatuadores (Figura 2). Em suma, a tatuagem é utilizada para destaque, tanto que em inúmeros casos ela auxilia no processo do indivíduo gostar mais do seu próprio corpo, ou seja, o “olhar” (RODRIGUES, 2003) é mais autoral. Nesse sentido, o indivíduo estaria menos propenso a se sentir lesado pelos “olhares” negativos sobre seu corpo, pois as inscrições trazem mensagens afetivas sobre as comunidades que o indivíduo faz parte.

Nos exemplos abaixo (Figuras 1 e 2) se pode ver tatuagens com temas inicialmente classificáveis como “religiosa” e “grupala”. Apesar de as duas imagens aparentarem possuir pouca semelhança em uma primeira impressão, ao observá-las mais atentamente é possível perceber o grande apreço que os indivíduos possuem pelos temas escolhidos e sua necessidade de compartilhar isso com a sociedade onde vive. Afinal, independente da

pessoa da figura 1 reproduzir ou não às sociedades em seu cotidiano referências visuais sobre sua crença, no momento em que ele tira a camisa este detalhe particular se torna contundente e sua identificação como devoto automática, modificando não apenas a forma como ele se enxerga dentro de sua comunidade afetiva, mas também a forma como ele é visto perante os demais devotos pela forma escolhida para manifestar sua crença.

Já na segunda figura a identificação se dá de forma semelhante, mostrando a alegria e orgulho do indivíduo em fazer parte da comunidade afetiva onde está inserido. Como atualmente a tatuagem é usada para visibilizar as preferências do indivíduo, a ideia de inscrever suas paixões no corpo para se sentir mais próximo de suas escolhas e com isso celebrá-las se torna extremamente atrativa para os adeptos da tatuagem.



Figura 1: Tatuagem de Nossa Senhora Aparecida em costela. Fonte: <https://instagram.com/jonhytattoo/>





Figura 2: Tatuagem de identificação de Motoclube. Fonte: <<https://instawebgram.com/>>

Com produtos específicos e técnicas apropriadas, com a maquiagem é possível afinar as maçãs do rosto e o nariz, aumentar os lábios, corrigir a sobrancelha, aumentar ou diminuir os olhos... Tudo com a finalidade de tornar o rosto esteticamente mais bonito de acordo com o padrão da sociedade na qual o indivíduo está inserido (Figura 3). Por ser uma modificação temporária, a maquiagem permite com que o indivíduo experimente consigo mesmo: em uma oportunidade, ele quer apenas disfarçar alguns pontos; em outra, ele busca se realçar ao máximo.

Mas tudo isso recai no desejo de estar bem consigo mesmo, independente da persona que o sujeito irá adotar. Aqui, pode-se dizer que, a maquiagem é uma tentativa experimental de tornar o seu “olhar” (RODRIGUES, 2003) mais autoral, no sentido de que o corpo do indivíduo se torna uma espécie de “laboratório da experimentação do corpo”, brincando com os padrões, subvertendo-os, mas com a característica inerente de que aquilo tudo é fácil de remover, trocar, refazer, re-experimentar.



Figura 3: Técnica de contorno de rosto. Fonte: <[https://instagram.com/glamher\\_booth/](https://instagram.com/glamher_booth/)>

Nesse sentido, tanto a tatuagem quanto a maquiagem são formas do indivíduo se sentir mais aceito perante a sociedade na qual ele se encontra e negociar posições perante ela. Mas, ao mesmo tempo, são formas de se diferenciar física e socialmente, e que, para seus adeptos, também constroem relações, causam experiências e sustentam seus interiores.

### **O corpo como forma de comunicar**

Michel Maffesoli (1996) deixa claro que é necessário entender o corpo como um objeto de reflexão extremamente necessário na atualidade. Segundo ele:

Nessa perspectiva, as diversas modulações da aparência (moda, espetáculo político, teatralidade, publicidade, televisões) formam um conjunto significativo, um conjunto que, *enquanto tal*, exprime bem uma dada sociedade. É então que se vê a necessidade de uma reflexão sobre a forma. Reflexão que não esteja acantonada ao domínio da arte, mas que saiba integrar o conjunto da vida social. (MAFFESOLI, 1996, p. 110-1)

Além de ser um aspecto de muita importância para os estudos de uma sociedade, seu aspecto superficial, sua *forma*, tem uma ligação profunda e inerente com o seu interior. Em uma interessante analogia, ele propõe que o exterior, a parte superficial de algo é o que dá coerência ao interior desse algo. Curiosamente, essa analogia se dá pelo corpo e a pele:

Para fazer uma analogia, o que há de mais frágil, de mais cambiante, do que a pele do indivíduo; sensível às variações das estações, às temperaturas, aos diversos avatares exteriores, ela se modifica segundo as idades da vida. E, ao mesmo tempo, não é ela que dá coerência a esse conjunto complexo que se chama corpo? (MAFFESOLI, 1996, p. 111-2)

Assim, percebe-se que há muito mais do interior de um indivíduo em seu exterior do que se possa imaginar. Assim como, estando ainda na analogia de Maffesoli, as interferências externas podem modificar o indivíduo, e essas modificações são canalizadas para sua pele, sua forma. Isso porque: “A forma é formadora” (MAFFESOLI, 1996, p. 111), ou seja, o que é superficial também constitui a realidade.

Independente do grau de intervenção corpórea, os domínios simbólicos, que também podem ser concebidos como ecossistemas (MEDEIROS e PIMENTEL, 2013) que compõem as comunidades afetivas (VALVERDE, 2007) do indivíduo sofrem pequenas crises que proporcionam experiências estéticas (GUMBRECHT, 2006) ao relacionar-se com os grupos onde este está inserido, independente da fase da vida, e essas modificações se tornam explícitas no corpo. As modificações corpóreas, com o passar dos anos, deixam de ser a simples especulações para se estabelecer como convicções, a partir do relacionamento com os grupos afetivos desse indivíduo.

Para Medeiros e Pimentel, ecossistemas estéticos podem ser concebidos como conjuntos de ideias e concepções que fazem parte do universo do indivíduo (MEDEIROS e PIMENTEL, 2013). Esses conjuntos podem ser diretamente associados às comunidades afetivas, uma vez que estas comunidades também são formadas por conjuntos menores e que juntos ganham um significado simbólico maior. Em suma, comunidade afetiva é o movimento em ação do imaginário que se dá pela memória coletiva de um grupo, e que, por fim, gera uma comunicabilidade estética (VALVERDE, 2007).

Quando Maffesoli se refere às idades da vida, pode-se relacioná-las ao ecossistema estético quando se pensa neste como resultante da junção de diversos aspectos da formação cultural e psíquica do indivíduo, assim como suas interações em grupo, desde a esfera familiar. Com o passar dos anos, esses ecossistemas não se extinguem, mas reconfiguram-se, tanto que ao entrar em contato com as comunidades afetivas de adeptos da maquiagem e/ou da tatuagem, suas ações e relações com a sua forma (MAFFESOLI, 1996) passam a ser permeados não apenas pelas interações do indivíduo com a comunidade afetiva com a qual este se identifica, mas também por aspectos simbólicos influenciados pela sua formação de vida. Na prática, ao mirar um exemplo no mundo da tatuagem, poderíamos comparar que o

sujeito, mesmo dentro de um grupo afetivo, pode optar por usar sua pele para manifestar seus sentimentos pessoais, que provêm de suas primeiras comunidades afetivas, e não aqueles reverberados no grupo em que está inserido atualmente.

Ao entrar em contato com essas novas comunidades, o sujeito passa a sofrer impressões de oscilação entre efeitos de significação e efeitos de presença (GUMBRECHT, 2006). Estes efeitos não são relacionados apenas às comunidades pessoais de convivência do indivíduo, mas também com sua interação com a cidade, o espaço urbano. Quando o sujeito observa a cidade e nela enxerga novas possibilidades de ecossistemas, acontece uma recriação da experiência estética nos caminhos no seu cotidiano. A paisagem em que determinada sociedade está inserida serve de inspiração para a criação de grafismos corporais, manifestações artísticas, assim como campanhas e produtos, onde podemos citar a coleção da produtora musical e blogueira Julia Petit para a marca canadense de produtos para maquiagem MAC, que se inspirou no cenário urbano de São Paulo, no ambiente da floresta amazônica e no clima brasileiro, em maior parte úmido e quente, para desenvolver produtos com nomes, cores e funcionalidades que atendessem às necessidades da mulher brasileira (Figura 4).



Figura 4: Cartazes de divulgação da coleção de Julia Petit para a MAC. Fonte: <http://www.beautyinc.com.br/>

É importante notar o ambiente criado para que essas fotos fossem tiradas: mistura a selva amazônica, representada principalmente pela vitória régia e pelo verde predominante, com a selva urbana, com prédios da cena da cidade de São Paulo ao fundo e no reflexo da

água. É importante perceber o ecossistema que é criado aqui, um ecossistema do imaginário sobre as representações do Brasil, com a mistura entre floresta e cidade, a questão mística que é levantada pela caracterização e pose em que a Julia Petit está na foto, colocando-a quase como uma encantada (GADELHA e LIMA, 2014), um ser do imaginário. Analisando os produtos lançados, fica clara essa perspectiva da Amazônia: quando vemos o nome de um dos batons criados por ela, o roxo na imagem à esquerda, se chama Açaí. Além disso, algumas das sombras têm um efeito quase molhado, e que podem ser usadas tanto secas quanto úmidas; o delineador para os olhos, mesmo depois de seco, confere um visual brilhoso e lustroso, que lembra algo molhado. Tudo isso leva a pensar na inspiração no clima úmido da floresta.

Essa perspectiva fica ainda mais interessante quando é verificado que esta coleção foi um lançamento mundial, ou seja, essa campanha entrou em contato com pessoas de diversos outros países, cujas sociedades, em sua maioria, reproduzem justamente a figura estereotípica representada na campanha: de um Brasil das florestas amazônicas, com toda a mística que envolve o tema, mas que tem como referencial urbano a cidade de São Paulo.

Além disso, o ecossistema da vida da própria Julia Petit está presente: Julia nasceu e mora em São Paulo até hoje, o que explicaria a adoção desse cenário para fazer parte da campanha. Um dos batons, o vermelho na imagem à esquerda, é inspirado em seu nome, “Petite Red”, e tem a cor advinda de um produto antigo da linha da MAC que Julia gostava e que havia saído de linha. Uma das sombras para os olhos leva o nome da gata de estimação da blogueira: “Mumu”.

Os produtos lançados na coleção, segundo a própria Julia<sup>8</sup>, foram criados pensando na mulher brasileira, que busca uma maquiagem que dure por mais tempo no calor e na umidade e que se adaptassem a vários tons de pele diferentes, tendo em vista a diversidade do país. Para destacar ainda mais essa ideia de atender ao público brasileiro como um todo, Julia esteve presente no lançamento da coleção nas cidades de Porto Alegre e Belém, onde estão, respectivamente, a loja da MAC mais ao sul e mais ao norte do país. Uma maneira simbólica de mostrar a abrangência de cores e produtos, que atenderia à população brasileira “de norte a sul”.

---

<sup>8</sup> Para mais detalhes sobre o lançamento da coleção, ler as entrevistas: <[http://acritica.uol.com.br/vida/entrevista-Julia-Petit-MAC-beleza\\_0\\_1324067613.html](http://acritica.uol.com.br/vida/entrevista-Julia-Petit-MAC-beleza_0_1324067613.html)>; <<http://revista.vogue.globo.com/diadebeaute/2015/01/julia-petit-para-mac-a-campanha-e-os-detalhes/>>

## **Considerações finais**

Neste artigo, buscou-se evidenciar que a maquiagem e a tatuagem são objetos estéticos e que, por essa razão, são formas legítimas de apreensão e de manifestação de poder, uma vez que recebem julgamentos o tempo todo, inclusive de forma involuntária, sendo que estes julgamentos não são realizados apenas por quem se identifica ou não com a prática, o ato de julgar pode ser feito pelo próprio adepto da tatuagem, mesmo que este não perceba que o realiza.

Também se pode destacar que a tatuagem e a maquiagem são formas de externar o que está no interior do indivíduo, seja por influência de suas comunidades afetivas ou por meio das pequenas crises que o indivíduo sofre ao longo do seu dia a dia, resultantes principalmente do contato do indivíduo com outras pessoas e situações adversas e de sua interação com o espaço que ele ocupa dentro de onde vive.

É importante destacar que este artigo foi um exercício para buscar essa interface estética e de relações de poder entre a tatuagem e a maquiagem. É de se reconhecer que a análise aqui poderia se aprofundar em vários momentos, mas a ideia era justamente essa: delinear esses espaços de análise e observá-los de modo a entender o todo, sem negar que neste todo existem objetos empíricos que são ricos em possibilidades de análise, como as tatuagens com imagens religiosas, as que identificam membros de um determinado grupo, a maquiagem como forma de reconfigurar as formas do rosto da pessoa e até mesmo a própria campanha de lançamento da coleção da Julia Petit para a MAC. Conforme o artigo foi sendo construído, ficou claro que as possibilidades de análise não cessam aqui.

Os temas em questão são passíveis de ampliações e investigações mais profundas, mas é necessário reconhecer que, independente das comunidades afetivas e das preferências, cada indivíduo compartilha influências no ambiente onde está e com as pessoas que o observam, legitimando assim a importância de se observar e investigar os processos interacionais dentro das sociedades sem ignorar o tempo que já passou, afinal, os ecossistemas se reconfiguram sempre, mas jamais se extinguem.

## Referências bibliográficas

GUMBRECHT, H. U. Pequenas crises: experiência estética nos mundos cotidianos. In: **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HOFF, T. M. C. Consumo e biossociabilidade: regimes de visibilidade do corpo diferente. In: SIQUEIRA, D. C. O. (Org.). **A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

GADELHA, D.; LIMA, R. L. A. Barbarella amazônica, amazona paraense: imagens de Gaby Amarantos como suporte material do imaginário amazônico. In: **Sessões do Imaginário**. Porto Alegre, vol. 19, n. 31, 2014, p. 74-84. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/16907/12243>>. Acesso em 10 de julho de 2015.

MAFFESOLI, M. O reino da aparência. In: **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MEDEIROS, A.; PIMENTEL, L. Ecossistemas Estéticos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM ARTES PLÁSTICAS, 22., 2013, Belém. **Anais...** Belém: ANPAP; PPGARTES/ICA/UFPA, 2013. p. 7-13. Disponível em: <[http://www.anpap.org.br/anais/2013/ANAIS/conferencias/Afonso\\_Medeiros-e-Lucia\\_Pimentel.pdf](http://www.anpap.org.br/anais/2013/ANAIS/conferencias/Afonso_Medeiros-e-Lucia_Pimentel.pdf)>. Acesso em 15 de julho de 2015.

QUEVAL, I. **Le corps aujourd'hui**. Paris: Gallimand, 2008.

RODRIGUES, S. M. A relação entre o corpo e o poder em Michel Foucault. In: **Psicologia em Revista**. Belo Horizonte, vol. 9, n. 13, 2003, p. 109-124. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/psicologiaemrevista/article/view/168/181>>. Acesso em 15 de julho de 2015.

SIQUEIRA, E. D. Categorias na fronteira: corpo, emoção e comunicação. In: SIQUEIRA, D. C. O. (Org.). **A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

VALVERDE, M. Gosto e comunicação: O papel da reflexão estética na teoria da comunicação. In: XVI ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 16., 2007, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UTP, 2007. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_232.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_232.pdf)>. Acesso em 15 de julho de 2015.