

Possibilidades no Feminino Ilustrado¹

Sofia Fuscaldi CEREZO²
Michele da Silva TAVARES³
Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

Resumo

Este artigo apresenta uma reflexão sobre as potências de representação visual do feminino através da ilustração, buscando compreender o lugar que esta ocupa na área da comunicação, sobretudo nas redes sociais, a partir de um levantamento dos perfis de ilustradoras brasileiras no Instagram. O *paper* consiste em um recorte do Memorial Descritivo, documento que fundamenta um livro ilustrado sobre mulheres, produto proposto como Trabalho de Conclusão de Curso, ainda em andamento, e trata da linguagem ilustrada como estratégia para comunicar e disseminar representações alternativas do feminino, que rompem com padrões como a hipersexualização da mulher ou a “dona de casa”, frequentes no imaginário da mulher ideal.

Palavras-chave: Ilustração; Feminino; Mulheres; Mídia; Redes Sociais

Introdução

A proposta de um livro ilustrado como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) surgiu tanto de um incômodo percebido, quanto da observação de uma ruptura com esse incômodo. O incômodo se dá na constatação de que a maioria das representações do feminino que existem hoje, tanto no espaço midiático quanto no mapa conceitual patriarcal que partilhamos historicamente, carecem de significações mais abrangentes e amplas. As manifestações midiáticas convencionais não conseguem dar conta da figura da mulher em todas as suas nuances, pois são, em certa medida, excludentes, contraditórias e muitas apresentam conotações preconceituosas. Em diversos momentos, limitam as expressões individuais e complexas que singularizam cada indivíduo e não correspondem às experiências sensíveis daqueles corpos. Podem todas as mulheres se identificarem na mídia? Por que não se identificam? O que impede que isso aconteça?

¹ Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces comunicacionais, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda em Jornalismo na Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop). E-mail: sofia.cerezo@aluno.ufop.edu.br

³ Orientadora do trabalho. Professora Adjunta do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop). Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: michele.tavares@ufop.edu.br

A ruptura se encontra na potência da ilustração em romper com os estereótipos usualmente associados ao universo feminino, seja para tratar do corpo, das formas de pensar, das competências ou de sentimentos. Essa potência foi identificada através de um levantamento do trabalho realizado por diversas ilustradoras brasileiras nas redes sociais. Observamos que muitas delas operam na construção de uma identidade visual distinta e subjetiva dos femininos, tendo como assuntos centrais em suas obras: o corpo e o nu feminino, a luta feminista, o amor próprio e o cotidiano feminino. Ao observar as atuações de ilustradoras que focam nessas temáticas no Instagram, como as artistas Camila Rosa, Priscila Barbosa e Vanessa Ferreira, notamos que elas contribuem para o empoderamento feminino e a autoestima das mulheres, influenciando a reestruturação do imaginário da figura da mulher, tornando-o mais amplo e mais inclusivo, e contribuindo para fomentar discussões feministas. A internet permite essa capilarização. Neste cenário, ela é uma possibilitadora para expandir a divulgação dessas imagens e dos debates que as permeiam.

Com o objetivo de refletir sobre as potências da representação visual do feminino através da ilustração nas plataformas digitais, esse artigo traz, inicialmente, um breve levantamento bibliográfico sobre o lugar da ilustração na mídia, seguido de uma ponderação sobre os sentidos compartilhados em torno da figura da mulher e a influência da mídia na construção desses sentidos. Por fim, estabelece a relação entre esses tópicos e os trabalhos compartilhados em perfis de ilustradoras no Instagram, escolhidos por meio da metodologia “Análise de conteúdo em jornalismo”, de Herscovitz (2008).

A potência da ilustração na mídia

Frank Weitenkampf apud Cavalcante, Coelho e Yunes (2010. p. 42) define que “a ilustração deve elucidar o texto ou adorná-lo. Pode ser as duas coisas simultaneamente, ou nenhuma delas”. Já o Novo Dicionário da Língua Portuguesa, descreve a ilustração como “imagem ou figura de qualquer natureza, com que se orna ou elucidada o texto de livros, folhetos e periódicos” (FERREIRA, 1975. p. 742). Essa concepção da ilustração denota um sentido de subordinação da imagem em relação ao texto e essa ótica da ilustração como uma ferramenta secundária ainda é muito presente na atualidade. Entretanto, a ilustração vai muito além disso e possui uma força informativa e interpretativa vasta.

A ilustração convive e faz parte do contexto da história da arte. Ela é um objeto de reprodução e está inserida em uma indústria cultural. Inter-relaciona-se com outras linguagens, transita em um espaço multifacetado. Dialoga com o verbal, mas pode utilizar recursos advindos do cinema, da pintura, dos quadrinhos. Pertence a um período em que diferentes manifestações artísticas interagem, se interpenetram. Não há, ou não deveria ter, mais a divisão preconceituosa em arte maior e menor, nem a divisão rígida de categorias artísticas. (MOKARZEL, 1998. p. 32).

Segundo Sérgio (2014, p. 205), vivenciamos, uma “sociedade na qual as práticas de produção, circulação e recepção de significado são eminentemente relacionadas às experiências visuais”. Ao depararmos com uma revista, por exemplo, folheamos as páginas em busca de imagens que nos chamem atenção. As capas de livros, antes lisas, com destaque ao título e ao autor, hoje são compostas de arte visual e tipografia milimetricamente pensadas. A forma como apreendemos o mundo se tornou centrada na visão e nas imagens. Mirzoeff apud Sérgio (2014, p. 206) afirma que “a cultura pós-moderna é visual não por causa das imagens em si, mas, devido à tendência moderna de figurar ou visualizar a existência”. Debord (1967) fala em uma sociedade do espetáculo, na qual vemos e verificamos a realidade no reino das imagens, e não no plano da própria realidade. Para ele, somos e existimos, o tempo todo, mediados por imagens, e delas dependemos para sermos reconhecidos como seres que existem. Nessa perspectiva, as imagens agem ativamente na atualização ou desconstrução de formas de domínio e poder na contemporaneidade.

Em um mundo pautado por imagens, a ilustração não poderia ser entendida como um simples adorno ao texto. Embora exista uma grande dificuldade em estabelecer um conceito consolidado para a prática de ilustrar, por situar-se justamente em um encontro de diferentes conteúdos e das mais diversas áreas, incluindo desde objetivos didáticos e literários a comerciais e de entretenimento, a ilustração é uma linguagem significativa para contar histórias, narrar fatos, retratar personalidades e comportamentos, delinear acontecimentos cotidianos, manifestar emoções profundas, evocar memórias de uma época ou momento histórico e expressar a atmosfera de um lugar.

Na literatura infantil, por exemplo, percebe-se uma reconfiguração no papel da ilustração. Cada vez mais, ela é entendida como possibilidade de convergência com o texto, e não apenas como adereço ou repetição da linguagem escrita em imagem. Diversos livros infantis já levam o nome do ilustrador e do escritor com a mesma importância, em uma produção conjunta, como é o caso do livro “Lá e Aqui”, de Carolina Moreyra e Odilon

Moraes, impedindo a conotação do ilustrador como auxiliar do escritor. “Ler um livro ilustrado é a possibilidade de ir além da separação entre texto e imagem como categorias dissociadas. O livro ilustrado abre a perspectiva de diálogo entre essas duas categorias somadas ao projeto gráfico que o constitui” (CALDIN; CUNHA; FLECK, 2016. p. 202).

No Jornalismo contemporâneo brasileiro, a ilustração também reescreve um caminho para si. Principalmente as charges, os infográficos ilustrados e o jornalismo em quadrinhos possuem lugar de relevância nas produções atuais. Alguns exemplos dessas produções são as reportagens em quadrinhos “Meninas em Jogo⁴” sobre a exploração sexual de garotas no Ceará para a Copa de 2014, realizada pela Agência Pública, e a “Quatro Marias⁵” sobre as realidades do aborto no Brasil, produzida pelas jornalistas Bianca Santana, Heloísa D’Angelo e Joyce Gomes. Algumas revistas femininas, a exemplo da Marie Claire (Editora Globo), utilizam o trabalho de ilustradoras mulheres para abordar temas mais sensíveis que tratam do universo feminino, como a menstruação, autocuidado, relacionamentos e o assédio. Diante da pandemia do COVID-19, algumas publicações recorreram à ilustração em respeito ao isolamento social e pela inviabilidade de cobertura presencial. É o caso da edição maio-junho de 2020 da revista feminina Glamour, que traz a ilustração de Priscila Barbosa em uma das capas da edição.

Anteriormente ao advento da fotografia, que ocorreu em torno de 1880, a ilustração era, na maioria das vezes, condicionada a um papel de tentar reproduzir a realidade. Durante os anos 1860 e 1870, antes da criação do sistema de retícula para impressão, que possibilitaria a utilização de fotografias nos jornais impressos, “a fotografia foi usada como referência para ilustradores, que se valiam de seus registros documentais para produzir ilustrações mais fidedignas aos acontecimentos” (MORAES, 2015. p. 20). Ao ocupar esse papel mais documental, a fotografia e o vídeo reposicionaram a ilustração rumo a uma função mais expressiva e subjetiva, ligada ao campo do sensível. Nos jornais, as ilustrações continuaram sendo publicadas “com o objetivo de esclarecer ou comentar os assuntos tratados nos textos a elas relacionados, enfatizando seu caráter interpretativo, no primeiro caso, ou opinativo, no segundo” (MORAES, 2015. p. 22). Posteriormente, é possível identificar grande presença da

⁴ Disponível em: <<https://apublica.org/2014/05/hq-meninas-em-jogo/>>

⁵ Disponível em: <<https://quatromarias.com/>>

ilustração em revistas do século XX, principalmente femininas, a exemplo da *Vogue*. No Brasil, podemos citar a revista *A Maçã* (1922-1929), destinada ao público masculino.

Atualmente, com a reverberação intensa da fotografia “há uma espécie de esgotamento de recursos visuais, paradoxalmente às inúmeras possibilidades apresentadas pelas novas tecnologias” (CAVALCANTE, COELHO e YUNES, 2010. p. 71). Com isso, a ilustração vem ganhando espaço novamente e tem sido retomada nas produções jornalísticas, principalmente em projetos independentes ou experimentais. Enfatizamos que a ilustração como forma de expressão não se resume à estética ou à informação somente. Ela perpassa ambas as partes, por mais que às vezes tenda mais para uma ou para outra, a depender do seu objetivo e a qual mídia é veiculada. A ilustração informa de uma maneira diferente da fotografia, pois captura a realidade de outra forma. Mas isso não a torna menos ou mais informativa. Segundo Timothy Samara,

a escolha da ilustração em relação à fotografia abre um leque de possibilidades para transmitir informações. O designer não apenas fica livre das limitações do ambiente e dos objetos do mundo real, mas também tem o potencial de introduzir sobreposição conceitual, seletividade aprimorada dos detalhes e o aspecto pessoal e interpretativo de sua visualização (SAMARA, 2010, p. 173).

No entanto, podemos afirmar que a ilustração ainda é muito desvalorizada no meio acadêmico. Cavalcante, Coelho e Yunes (2010) falam de uma lacuna no estudo do ensino acadêmico da ilustração no Brasil e no mundo. Encontram-se discussões pertinentes sobre ela em áreas ligadas à educação e à pedagogia, que giram em torno da função da ilustração nos livros infantis. Porém, a ilustração ultrapassa esse universo largamente. Enquanto “a quantidade e a qualidade das ilustrações crescem de forma exemplar, a produção de textos críticos sobre o tema ainda se mostra limitada” (CAVALCANTE, COELHO e YUNES, 2010. p. 52). Uma das hipóteses para essa desvalorização, pensada a partir da tese de Cavalcante, Coelho e Yunes (2010), é de que ela é um objeto que transpassa tanto o campo da Arte, quanto o campo do Jornalismo, não sendo reconhecida inteiramente por nenhum. A Arte, porque muito preocupada que sua Aura seja contaminada pela reprodutividade técnica, como nos estudos de Walter Benjamin (1936), e o Jornalismo, ao contrário, porque possui uma promessa de imparcialidade vinculada a si, enxergando a fotografia como uma reprodução mais fiel à realidade que a ilustração.

Significação da mulher e as mudanças na percepção do feminino

O Projeto “Outras Meninas”, da designer gráfica e ilustradora Manuela Cunhas, é um compilado de depoimentos anônimos feitos por mulheres sobre a relação delas com seus corpos e a própria nudez, enviados à ilustradora, junto a uma foto nua. Manu Cunhas utiliza essas duas referências para criar ilustrações em aquarela dessas mulheres e publicar tanto os relatos quanto a ilustração em suas redes sociais. Podemos observar a fácil acessibilidade às criações, na perspectiva em que se deram através das redes sociais, de livre acesso ao público, como também a reprodução em série, já que o poder em suas ilustrações não se dá somente na obra original, mas sim na reprodução que é feita tanto nos livros impressos vendidos quanto nas postagens nas redes sociais. Na imagem abaixo (Figura 3), é possível perceber que o projeto traz um depoimento independente e uma ilustração também independente.



Figura 3: Captura de tela de uma postagem da página Outras Meninas no Facebook.
Fonte: Postagem do dia 19 de dezembro de 2016 da página Outras Meninas no Facebook. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/outrasmeninas/>>

Não obstante, a ilustração agrega valor ao depoimento, que provavelmente não seria tão potente sem a mesma. O depoimento também agrega valor à ilustração, pois é um relato da vivência de uma mulher real com o seu corpo, realizado de forma colaborativa, criando uma rede de mulheres que querem compartilhar suas realidades com outras mulheres e terem

seus corpos representados pela ilustradora. Ambos - ilustração e depoimento - possuem informações próprias e podem ser compreendidos de forma independente. Porém, um complementa o outro, e é justamente a associação entre eles que torna o projeto tão potente.

Ilustradoras como Manu Cunhas, que representam em sua arte experiências próprias do universo feminino, estão tentando desvencilhar-se e modificar o discurso convencional e os estereótipos negativos ou irreais relativos à mulher e ao seu corpo, presentes em diversos âmbitos da nossa sociedade, com destaque à mídia. Segundo Wolf (1992), as produções destinadas às mulheres não só refletem mudanças históricas, como são igualmente ativas na determinação dessas mudanças. Essa é uma das características nas quais reside a possibilidade de empoderamento através da imagem. É por isso que conceber produtos midiáticos alternativos, que não apenas questionem a cultura e os estereótipos vigentes, mas que também forneçam outras possibilidades de identificação e que representem outros corpos e outros femininos é importante para a área da Comunicação e para o público feminino.

Lopes (2003) traz a experiência como algo íntimo de cada sujeito. A experiência não como verdade, mas como a verdade de alguém, sempre mediada por discursos sociais. Quando pensamos em quais mediações transpassam a existência individual das mulheres, nos deparamos com o poder de mapas conceituais compartilhados e da representação, ou da falta dela. Segundo Hall (2016), os mapas conceituais são a forma como damos sentido ou interpretamos o mundo, como os significados que atribuímos às palavras, por exemplo. Esses mapas se dão de forma relativamente similar na nossa sociedade, o que permite nossa comunicação e vivência social. Assim, existe uma gama de sentidos compartilhados entre nós, que definem a forma como enxergamos o mundo e interagimos com ele. Já a representação, para o autor, está intimamente ligada à identidade e conhecimento.

Quando dialogamos sobre os sentidos atribuídos às mulheres, nos deparamos com representações de um padrão de beleza, de comportamento e também um padrão corporal esperados e cobrados, que, apesar de se modificarem em cada época, estão, historicamente, associados às formas de domínio que regem a organização da nossa sociedade, como o domínio patriarcal e racial. “As culturas estão repletas de prescrições sobre o que se deve obrigatoriamente ver, assim como o que não se deve ver (caso em que se converte em tabu), assim como (...) quem deve ou não deve ser visto” (SÉRVIO, 2014. p. 202).

A autora Soares-Correia (2015), trazendo contribuições de Novaes (2011), fala de um padrão de corpo fabricado pela sociedade no qual todos - e, principalmente, todas - devem se

amputar para caber, sob a constante ameaça da invisibilidade social. Isso influencia diretamente no mapa conceitual compartilhado, que se pauta naquilo que é visível. Ciclicamente, a mídia reforça esse silenciamento, fazendo com que todo o exterior à bolha do convencional deixe de ser visto, passando a ser ignorado, desconhecido e até temido pela sociedade.

Durante vários períodos da história encontramos uma imagem que é venerada pelos indivíduos na sociedade e que seria o corpo que as mulheres deveriam ter como meta a atingir. Essa imagem é mutável com o passar dos anos, mas, cada vez em que se altera, o corpo e a mulher vão sendo deixados de lado enquanto seres vivos, humanos e subjetivos, e passam cada vez mais a serem vistos como objeto e imagem (MARANHÃO, 2016. p. 24).

Essa padronização que as mulheres são compelidas a “engolir” é, na prática, inalcançável. Segundo Wolf (1992), nenhuma mulher consegue sobreviver ilesa ao escrutínio devastador do que ela chama de “mito da beleza”. O paradigma estético causa nas mulheres uma sensação de incapacidade, impotência e constante frustração consigo mesmas. Acima de tudo, sentem-se sozinhas, incentivadas pela mídia a competir umas com as outras e obrigadas a se adequarem a algo humanamente impossível. Muitas são acusadas de serem insuficientes, até que não precisem mais do julgamento externo, já que internalizam desde jovens a sua suposta debilidade inevitável em relação aos homens.

A beleza que se vê é a primeira condição da felicidade, então é preciso ser bonito (leia-se, padronizado) para ser feliz. (...) a mídia condiciona, orienta e determina o estilo de vida a ser seguido (e consumido). As ações midiáticas agregam ao produto uma aura mágica, muito além de seu valor de uso, advinda de uma construção simbólica que abre caminho para necessidades psicológicas produzidas, que com o tempo passam a ser necessidades genuínas (SOARES-CORREIA, 2018. p. 218).

Segundo Soares-Correia (2018), as relações de consumo perpassam as diversas formas de existência, afetando desde as inclinações mais simples, como o anúncio que clicamos no *Facebook*, às agonias mais profundas, como distúrbios bulímicos, anoréxicos e depressivos. Para esclarecer melhor esse aspecto, apresentemos um exemplo: a sereia, enquanto figura mitológica, está associada à ideia de uma mulher mística, poderosa, independente, sedutora e bela. Na Idade Média, personificava pecados como a vaidade e luxúria, carregando forte teor sexual. Atualmente, o termo aparece nos dicionários Michaelis On line e no Aulete Digital para referir-se a uma “mulher muito atraente”, na linguagem

figurada. A imagem das sereias no cinema, na literatura e na mídia em geral, é apresentada ao público como uma mulher magra, branca, com traços europeus e cabelos longos. Em algumas gerações, a circulação dessa imagem se dá desde a infância, através de personagens como a Pequena Sereia, conhecida e difundida mundialmente.

Essa visão da sereia é, então, cristalizada em nosso mapa conceitual, e, com isso, associamos os aspectos que circundam a figura da sereia - mística, poderosa, independente, sedutora e bela - à mulher branca, magra e europeia de cabelos longos. Logo, outras mulheres, com outras características físicas, “não podem” ser sereias. E isso se dá de uma forma inconsciente no nosso imaginário. Para desconstruirmos essa visão, é necessário que algo ou alguém discorde disso, afetando assim, a nossa subjetividade. É possível que uma mulher negra, gorda e de cabelo curto veja a ilustração de uma sereia com as características físicas mais parecidas com as dela, e não com as da mulher europeia, e se identifique, pela primeira vez, com a figura da sereia e com o que ela representa. Também é possível que essa mulher se dê conta do quão segregativa a mídia de massa é com ela. Podem todas as mulheres se verem como sereias? Por que não podem? O que as impede?

Tanto a falta de representação, quanto a representação distorcida, significam. Consiste em não pertencer. Traduz-se na impossibilidade de adotar uma identidade que lhe seja cara, ou mesmo de rejeitar uma outra que não se assemelha em quase nada com a experiência individual ou mesmo coletiva. “A representação não é uma mera reflexão sobre a realidade depois do acontecimento” (HALL, 2016. p. 26), ela molda a própria realidade cultural dominante. Mota-Ribeiro (2005) afirma que as imagens que nos são apresentadas e as que perpetuamos mudam a forma como percebemos o mundo e seus símbolos. É justamente essa característica que torna a mídia tão poderosa na construção dos “conceitos compartilhados” do que se espera que sejam as mulheres, e principalmente, do que se espera que não sejam.

A midiaticização não se desassocia do sistema de dominação masculina em que vivemos. Doravante, Wolf (1992) fala de como as revistas femininas, com todos os problemas e contradições que carregam, conseguiram fazer com que determinados assuntos saíssem da academia e dos coletivos feministas para a vida e debate entre as mulheres. “As histórias que contamos e o modo como nos imaginamos e nos representamos têm fortes implicações políticas, uma vez que o discurso é também um importante lugar de contestação de práticas sociais naturalizadas” (COSTA; D’OLIVEIRA; D’OLIVEIRA, 2012, p. 2). A

mídia é muito mais que apenas uma vilã quando discutimos a construção dos sentidos compartilhados sobre a figura da mulher. Ela é também o meio pelo qual diversas mulheres atuam para romper com a cultura e os estereótipos vigentes e contribuem na construção visual dos femininos e suas complexidades.

O feminino no Instagram das ilustradoras brasileiras

O ciberativismo, segundo Mihomens (2009), é um conceito que surgiu logo após a popularização da internet no início dos anos 1990. Os ciberativismos utilizam da intensa possibilidade de interação, compartilhamento e mobilização social oferecida pelo espaço digital, principalmente pelas redes sociais, atrelada ao “poder da identidade” na reorganização social moderna, para promover seus ideais e reivindicações. Langner, Zuliani e Mendonça (2015) falam de diversas conquistas obtidas por diferentes representantes do movimento feminista a partir da utilização de “tuitaços”, e-mails e petições online para pressionar aprovações de leis e criação de políticas públicas para a mulher, além de denunciar marcas que promovem publicidades sexistas e incitam a violência contra a mulher. “A internet fomentou a disseminação dos ideais feministas, em especial porque propicia às próprias feministas produzirem e divulgarem o conteúdo com facilidade e amplitude na rede” (LAGNER, ZULIANI e MENDONÇA, 2015. p. 05).

Observando o trabalho realizado por ilustradoras nas redes sociais, percebe-se que essas plataformas se revelam enquanto espaço de visibilidade, divulgação e venda de trabalhos, reconhecimento e atuação. São locais que permitem a circulação de narrativas divergentes aos estereótipos e fomentam a interação entre as mulheres. A ilustradora Manu Cunhas conta, em uma entrevista à plataforma de conteúdo de Santa Catarina Versar⁶, que o projeto “Outras Meninas” teve início com o “desconforto” que sentiu ao ilustrar-se nua. Ela compartilhou a situação com amigas, e percebeu que cada uma delas também tinha uma história parecida em relação ao próprio corpo. Após o início das publicações no *Tumblr*, *Instagram* e *Facebook*, diversas mulheres passaram a enviar-lhe suas vivências e o Projeto culminou em um livro impresso, publicado em 2016 através do Catarse, uma plataforma de

⁶ PASSOS, Carol. Livro de ilustradora catarinense com desenho de mulheres reais é finalista do Prêmio Jabuti. Revista Versar: 4 out. 2017. Acesso em 23 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.revistaversar.com.br/ilustradora-catarinense-mulheres-reais-premio-jabuti/>>

financiamento coletivo. A meta estipulada para publicação do livro “Outras Meninas” era de 32 mil reais, porém a quantia alcançada ultrapassou a meta em 70%⁷. Em 2017, o livro recebeu o Prêmio Jabuti de ilustração, prêmio literário brasileiro concedido pela Câmara Brasileira do Livro. Iniciativas como essa contribuem para que as mulheres descubram que seus obstáculos, experiências, frustrações e prazeres não são isolados nem fruto de problemas unicamente individuais, mas, ao contrário, são partilhados por outras mulheres, influenciando no empoderamento feminino.

Com o objetivo de compreender melhor a potência da ilustração na ampliação da representação visual do feminino e também a relação dessa linguagem e das próprias mulheres ilustradoras com as redes sociais enquanto meios de comunicação, foi realizado um levantamento das ilustrações que circulam nas plataformas digitais com temas sobre o feminino. Para mapear o conteúdo, foi utilizada como metodologia a Análise de conteúdo em jornalismo, da autora Herscovitz (2008), por permitir a criação de categorias para responder às perguntas - Quão presentes são os temas ligados ao feminino nas obras de ilustradoras brasileiras no meio digital e quais temas são esses?

A plataforma estabelecida para definir a amostragem foi o Instagram, por ser uma rede social de compartilhamento em que as imagens ganham destaque nas publicações. De acordo com a pesquisa Social Media Trends 2019⁸, realizada pela Rock Content, o Instagram é a rede social mais utilizada no Brasil, ultrapassando o Facebook, que ocupava o primeiro lugar no *ranking* da Social Media Trends 2018. É uma das redes sociais usadas por diversos artistas para ganharem visibilidade e compartilharem o seu trabalho, obtendo engajamento do público. Assim, mapeamos, em 06 de maio de 2020, as ilustradoras brasileiras no Instagram com mais de 10 mil seguidores que utilizam as palavras “ilustradora”, “Illustrator”, “illustration”, “ilustração” ou “ilustrando” na Bio⁹ da plataforma. O recorte baseado no número de seguidores se deu para delimitar ilustradoras que já possuem uma rede de engajamento com o público mais consolidada. Já a escolha das palavras-chave presentes na Bio se deu para delimitar as artistas que se identificam integralmente no Instagram como ilustradoras, já que o conceito de ilustração, como falamos anteriormente, é fluido, e se

⁷ Dados fornecidos pela página no Catarse: <https://www.catarse.me/outrasmeninas>

⁸ Disponível em: <<https://materiais.rockcontent.com/social-media-trends>> Acesso em: 07 mai. 2020.

⁹ Pequena descrição biográfica no topo dos perfis no Instagram. Local onde profissionais e empresas que utilizam a rede social comumente informam sua área de atuação.

aproxima muito do trabalho de quadrinistas e desenhistas, por exemplo. Inseridas nesse recorte, pudemos identificar 23 ilustradoras que se adequam, das quais 14 possuem a liberdade feminina como tema central, aspecto definido ao observar as ilustrações publicadas por elas no Instagram no período de um ano (06 de maio de 2019 a 06 de maio de 2020).

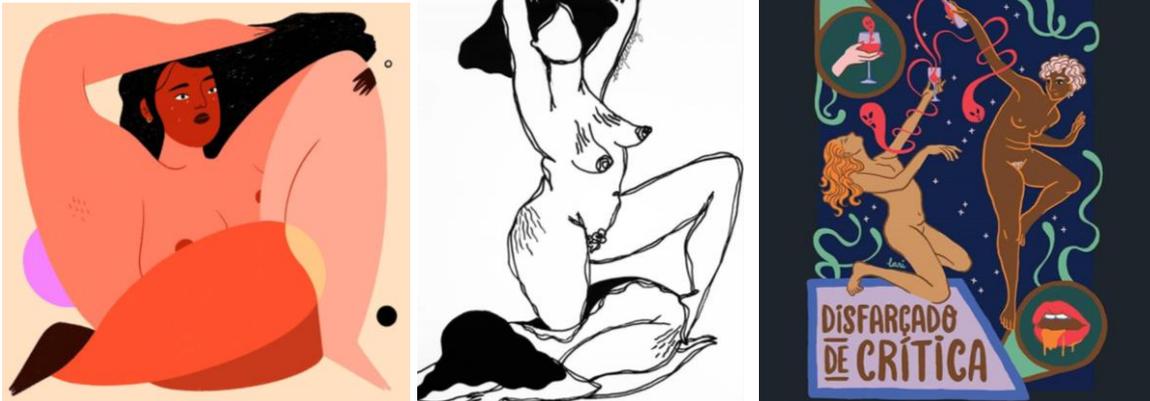
Ilustradoras	Instagram	Temas centrais
Bruna Bandeira	@imagineedesenhe	Cotidiano feminino, feminismo negro, amor próprio
Camila Rosa	@camixvx	A luta feminista
Erika Lourenço	@erika.lourencoo	O corpo e o nu feminino, amor próprio e autoconhecimento
Evelyn Queiroz	@evequeiroz_	O corpo e o nu feminino
Giovana Medeiros	@giovanamedeiros	Cotidiano feminino, amor próprio, o corpo e o nu feminino
Larissa Arantes	@lariarantes	O corpo e o nu feminino, autoconhecimento
Lhaiza Morena	@lhaizamorena	Feminismo negro, autoconhecimento
Lila Cruz	@colorlilas	Cotidiano feminino, amor próprio e autoconhecimento
Manu Cunhas	@manucunhas	O corpo e o nu feminino, amor próprio e autoconhecimento
Mayumi Nakashima	@ilustramayn	Amor próprio e autoconhecimento, o corpo e o nu feminino
Melyssa Melo	@magrelissa	Amor próprio e autoconhecimento, a luta feminista
Priscila Barbosa	@priii_barbosa	Amor próprio e autoconhecimento, o corpo e o nu feminino
Thereza Nardelli	@zangadas_tatu	O corpo e o nu feminino, a luta feminista
Vanessa Ferreira	@pretailustra	Feminismo negro, a luta feminista

Figura 6: Elaboração própria, 2020

A liberdade feminina é entendida aqui em termos amplos. A liberdade de expressão feminina, a liberdade de escolha, a liberdade à identidade e a liberdade do que Naomi Wolf (1992) descreve como o Mito da Beleza. Embora muito já tenha sido conquistado e se modificado após a criação desse conceito, várias características descritas por Wolf ainda se mantêm, como a redução do amor-próprio gerando altos lucros para as empresas e o isolamento geracional entre as mulheres. Para Wolf, o “arsenal do mito consiste na disseminação de milhões de imagens do ideal em voga” (Idem. p. 20). Sendo assim, uma das formas de desarmá-lo seria o compartilhamento de imagens que o contrapõem.

Nota-se nas publicações das 14 ilustradoras analisadas, diferentes maneiras de fazer esse contraponto, de representar algo que se aproxima dessa liberdade feminina. Em algumas, esse tema se traduz na libertação do corpo feminino e da nudez feminina, em ilustrações que

revelam corpos diversos e que rompem com o padrão de corpo e beleza instituído, como nas ilustrações de Erika Lourenço, Evelyn Queiroz e Larissa Arantes (Figuras 7¹⁰, 8¹¹ e 9¹²).



Figuras 7, 8 e 9: Ilustrações de Erika Lourenço, Evelyn Queiroz e Larissa Arantes, respectivamente.
Fonte: Capturas de tela do Instagram: @erika.lourencoo, @evequeiroz_ e @lariarantes.

Esse tema também se traduz diretamente na defesa das lutas feministas, como em Camila Rosa (Figura 10¹³). Em outras ilustradoras, essa liberdade é demonstrada através de mensagens incentivando o amor-próprio da mulher com sua aparência e o autoconhecimento, como podemos ver nas ilustrações de Mayumi Nakashima e Priscila Barbosa (Figuras 11¹⁴ e 12¹⁵). Em Nakashima (Figura 10), percebemos outro ponto recorrente dentre as ilustrações postadas pelas ilustradoras nas redes sociais: muitas delas vêm acompanhadas, na própria imagem, de alguma mensagem, que é, muitas vezes, direcionada ao público feminino. A sensação é de uma conversa íntima e sincera entre duas amigas, a ilustradora e a espectadora. Para Wolf, a diluição da suspeita e da distância entre as mulheres é uma das chaves para alcançar a liberdade feminina.

¹⁰ Postagem de Erika Lourenço no Instagram (4 abr. 2020). Disponível em:
<<https://www.instagram.com/p/B-kLCpwDnUp/>>

¹¹ Postagem de Evelyn Queiroz no Instagram (9 abr. 2020). Disponível em:
<<https://www.instagram.com/p/B-xOJ2ijjqk/>>

¹² Postagem de Larissa Arantes no Instagram (30 out. 2019). Disponível em:
<<https://www.instagram.com/p/B4PeFPKJqaO/>>

¹³ Postagem de Camila Rosa no Instagram (1 mai. 2020). Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/B_qjVrOp5Bd/>

¹⁴ Postagem de Mayumi Nakashima no Instagram (4 abr. 2020). Disponível em:
<<https://www.instagram.com/p/B-kLCpwDnUp/>>

¹⁵ Postagem de Priscila Barbosa no Instagram (4 ago. 2019). Disponível em:
<<https://www.instagram.com/p/B0vzJ1JH3Ov/>>



Figuras 10, 11 e 12: Ilustrações de Camila Rosa, Mayumi Nakashima e Priscila Barbosa, respectivamente.
Fonte: Capturas de tela do Instagram: @camixvx, @ilustramayn e @priii_barbosa.

Algumas ilustradoras se voltam especificamente para as questões do feminismo negro e da liberdade da mulher negra, como é o caso de Vanessa Ferreira (Figura 13¹⁶). Em outros perfis nas redes sociais, essa libertação se encontra em ilustrações que expressam questões, geralmente divertidas, do cotidiano feminino. Neste caso, é recorrente que a personagem principal utilizada seja uma representação das próprias ilustradoras e de coisas que vivem no dia-a-dia, como observamos nos trabalhos de Lila Cruz e Bruna Bandeira (Figuras 14¹⁷ e 15¹⁸).



Figuras 13, 14 e 15: Ilustrações de Vanessa Ferreira, Lila Cruz e Bruna Bandeira, respectivamente.
Fonte: Capturas de tela do Instagram: @pretailustra, @colorlilas e @imagineedesenhe.

¹⁶ Postagem de Vanessa Ferreira no Instagram (18 fev. 2020). Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B8sXPWDH4Wq/>>

¹⁷ Postagem de Lila Cruz no Instagram (26 jan. 2020). Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B7yb5VjHf0I/>>

¹⁸ Postagem de Bruna Bandeira no Instagram (4 jan. 2020). Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B66NiTf13ZS/>>

Constatamos, a partir desse breve levantamento, que a maioria das ilustradoras com um número considerável de seguidores no Instagram (mais de 10 mil) utiliza temas relacionados ao feminino como ponto central em suas ilustrações, o que mostra o peso que esse tema carrega na atualidade, sendo importante tanto para as próprias ilustradoras quanto para o público. Ao aplicar a metodologia de Análise do Conteúdo às ilustrações publicadas no Instagram de ilustradoras brasileiras, foi possível, ainda, identificar que a ilustração pode contribuir positivamente, e já contribui, na reestruturação do imaginário da figura da mulher, tamanha a sua potência. Ela abre espaço para diversas possibilidades de identificação, pertencimento, reconhecimento, performance e representação.

Considerações finais

A falta de representação ou a representação equivocada do feminino na mídia prejudicam a constituição da identidade e do autoconhecimento para diversas mulheres. Após um levantamento bibliográfico sobre a questão da representação da figura da mulher na nossa sociedade e como essa figura é construída, pudemos perceber que os elementos visuais na nossa cultura são uma parcela significativa na composição dos sujeitos e na mediação de suas experiências. Ao realizar um breve levantamento das temáticas nos trabalhos de ilustradoras no Instagram, identificamos na ilustração uma potência para contrapor a excludente figura da mulher padrão mais difundida na mídia. Essa potência se traduz em interpretações ilustradas sensíveis de tópicos inseridos na temática da liberdade feminina, como o nu feminino e o amor próprio. Ademais, ao retomar o papel da ilustração na mídia, foi possível perceber a sua potência enquanto linguagem, já que a possibilidade de construir a autoimagem a partir de sensibilidades, subjetividades e identidades subtraídas de outras imagens é concreta na contemporaneidade, e também de extrema importância. A ilustração é uma linguagem que favorece o campo do sensível, ela captura a realidade de forma singular.

A potência da ilustração na diversificação da representação e identidade femininas existe. E, com a ascensão das redes sociais enquanto meios de comunicação, fortemente caracterizadas pela interação e compartilhamento de conteúdo, essa potência torna-se ainda mais real, ou seja, é de fato utilizada pelas mulheres para criar e compartilhar diferentes

representações de si mesmas e, com isso, terem uma rede de identificação, fortalecendo suas identidades. À vista disso, suscitamos algumas questões para serem analisadas futuramente: como podemos, enquanto agentes da Comunicação, integrar mais satisfatoriamente a ilustração como objeto de estudo na nossa área? E, também, como explorar mais essa linguagem para traduzirmos e disseminarmos informações e conteúdo? Qual o valor da ilustração no atual momento histórico, quando alguns meios de comunicação recorrem a ela diante das impossibilidades proporcionadas pelo isolamento social devido ao COVID-19? De que maneiras as mulheres podem apoderar-se cada vez mais da ilustração como uma ferramenta de resistência e libertação?

Referências bibliográficas

- AGNEZ, Larissa. Procedimento estético não invasivo promete rejuvenescer o rosto. **Jornal Folha Vitória**. 08 jan. 2019. Disponível em: <<https://www.folhavoria.com.br/saude/noticia/01/2019/procedimento-estetico-nao-invasivo-promete-rejuvenescer-o-rosto>> Acesso em: 23 mar. 2020.
- AULETE, Caldas. **Dicionário contemporâneo da língua portuguesa**. Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/>> Acesso em: 02 mai. 2020.
- BARROS, Antonio e DUARTE, Jorge. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Ed. Atlas, 2006.
- CALDIN, Clarice; CUNHA, Mirian da; FLECK, Felícia. Livro Ilustrado: texto, imagem e mediação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.21, n.1, p.194-206, jan./mar. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v21n1/1413-9936-pci-21-01-00194.pdf>> Acesso em: 11 nov. 2019.
- CAVALCANTE, Nathalia Chehab de Sá; COELHO, Luiz Antonio L.; YUNES, Eliana. **Ilustração: uma prática passível de teorização**. Tese (Doutorado). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/biblioteca/php/mostrateses.php?open=1&arqtese=0610655_10_Indice.html> Acesso em: 17 out. 2018.
- COSTA, Marli; D'OLIVEIRA, Marcele e D'OLIVEIRA, Mariane. Discurso e Poder: a midiaticização das relações de gênero. Santa Maria: **UFSM**, 2012. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2012/16.pdf>> Acesso em: 14 jun. 2019.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Livro virtual do Projeto Periferia, Ed. 2003. Disponível em <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>> Acesso em: 31 mai. 2019.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda, **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.
- HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Organização e Revisão Técnica: Arthur Ituassu. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- LAGNER, Ariane; ZULIANI, Cibeli e MENDONÇA, Fernanda. O movimento feminista e o ativismo digital: conquistas e expansão decorrentes do uso das plataformas *online*. **3º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade**, maio de 2015. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/>> Acesso em: 04 mai. 2020.

- LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008, p.123-141.
- LOPES, Denilson. **Por uma Estética da Comunicação**. Ensaio publicado em *Mídia, Cultura, Comunicação 2*, organizado por Barbara Heller e outros para a Editora Artes & Ciência. São Paulo, 2003. Disponível em: <https://www.academia.edu/4942127/Por_uma_Est%C3%A9tica_da_Comunica%C3%A7%C3%A3o> Acesso em: 17 out. 2018.
- MARANHÃO, Ananda. **O belo é podre e o podre, belo saber ser**: o corpo feminino enquanto símbolo na sociedade e sua representatividade em Macbê - sangue chama sangue. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia). Universidade de Brasília, Bacharelado em Interpretação Teatral, Brasília, 2016. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/13670>> Acesso em: 04 nov. 2018.
- MICHAELIS. **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/>> Acesso em: 02 mai. 2020.
- MIHOMENS, Lucas. Entendendo o Ciberativismo Sem-Terra e a Nova Esfera Pública Interconectada. 35º Encontro Anual da **Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais**, 2009. Disponível em: <<https://anpocs.com/index.php/encontros/papers/35-encontro-anual-da-anpocs/gt-29/gt01-21>> Acesso em: 04 mai. 2020.
- MONTEIRO, Rosana. Cultura Visual: definições, escopo, debates. Domínios da Imagem, **Londrina**, v. I, n. 2, p. 129-134, maio de 2008. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem/article/view/19306/pdf_25> Acesso em: 27 out. 2019.
- MORAES, Ary. **Design de Notícias**. São Paulo: Blucher, 2015.
- MOTA-RIBEIRO, Silvana. **Retratos de Mulher**: construções sociais e representações visuais do feminino. Porto: Campo das Letras, 2005.
- MOKARZEL, Marisa de Oliveira. **O era uma vez na ilustração**: linguagem e plasticidade no universo gráfico de Rui de Oliveira. Dissertação (Mestrado) - Centro de Letras e Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.
- SAMARA, Timothy. **Elementos do Design**: guia de estilo gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- SANTOS, Cláudia Aparecida dos. Imagens e sentidos: do preenchimento do vazio ao transbordamento. Revista **GEARTE**, v. 3, n. 3, p. 455, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/gearte/article/view/67510/39952>> Acesso em: 13 nov. 2018.
- SÉRVIO, Pablo Petit Passos. O que estudam os estudos de cultura visual? Revista Digital do **Laboratório de Artes Visuais**, v. 7, n.2, p. 196-215, 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/revislav/article/view/12393>> Acesso em: 31 mai. 2019.
- SOARES-CORREIA, Maria Joana Casagrande. Estetização da Mercadoria: Construção e consumo do corpo e beleza femininos na sociedade midiática. **ANIMUS** - Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v. 17, n. 34, p. 214, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/21497>> Acesso em: 12 nov. 2018.
- WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.