

## #findmemay – Poder *Black*<sup>1</sup>

Mayara FISCHER<sup>2</sup>

Soraya M. B. B. JANUÁRIO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### RESUMO

O projeto #findmemay é uma iniciativa que surgiu se utilizando da facilidade e interatividade do Instagram para apoiar a diversidade e a representatividade. Por meio de ilustrações e baseando-se em teorias feministas e buscando inspiração em movimentos e mobilizações sociais, principalmente nas redes sociais, visa capturar a essência e a individualidade de cada um(a) e representar em forma de arte.

**PALAVRAS-CHAVE:** arte; feminismo; ilustração; mulher; representatividade.

### 1 INTRODUÇÃO

A arte, mais especificamente o desenho e a pintura, surge para mim, assim como para tantos outros artistas, como forma de expressão e de manifesto. De acordo com Rosa Maria Oliveira (2010, p. 91), “quem desenha constrói imagens que, antes de serem representação, são apropriação. Quem desenha, desenha-se numa unidade de experiências, percepções e construções, que são fruto do seu sentir, do seu pensar, das suas referências pessoais”. Trazendo para o contexto da atualidade,

[...] há um grande número de artistas que apostam no uso das novas tecnologias e na elaboração de trabalhos coletivos ou que proporcionem maior interação com o público. Como consequência, aumenta-se o grau de complexidade das manifestações artísticas e, conseqüentemente, as possibilidades de diálogo e interpretação. São grupos de indivíduos em simultâneas trocas sensíveis, o que deixa evidente que a interação é parte constituinte e fundante das obras de arte (Salles, 2004). A agilidade das obras em mídias digitais acaba por dissolver o limite entre obra e processo, pois a continuidade e a constante transformação dos conteúdos – em um blog ou site, por exemplo – se faz inerente aos cenários virtuais. Salles (2006) afirma que outros tipos de obras também evidenciam o processo de construção como o teatro, a música e a pintura. (BEZERRA; COVALESKI, 2014, p. 231)

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar. Modalidade Charge/caricatura/ilustração.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, email: [mayarafischer@gmail.com](mailto:mayarafischer@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, email: [sorayabarretopp@gmail.com](mailto:sorayabarretopp@gmail.com).

A produção artística, há algum tempo, depois de passar por diversas fases, vem se colocando na maioria dos casos como uma forma de expressão por parte do autor e também como uma forma de comunicação – seja visando expor sentimentos íntimos ou posicionamentos e questionamentos a respeito de quaisquer tópicos, subjetivos ou não –, como afirma Santaella (2005): “as misturas entre comunicações e artes também se adensam, tornando suas fronteiras permeáveis. Empréstimos, influências e intercâmbios ocorrem em ambas as direções”.

Conforme será melhor explicitado adiante, o projeto *#findmemay*, representado aqui pela peça *Poder Black*, foi criado para representar pessoas diversas e suas singularidades, buscando trazer um pouco mais de representatividade para o ambiente artístico atual, que encontra grande visibilidade através das redes sociais.

## 2 OBJETIVO

A iniciativa para a criação do projeto *#findmemay* surgiu a partir da observação e análise de várias mídias, atividade que faz parte do dia-a-dia do curso de Publicidade e Propaganda, e que se tornou mais densa durante a disciplina de Comunicação e Gênero, na qual foi feito um *clipping*<sup>4</sup> para obter dados a respeito da imagem da mulher na mídia no Estado de Pernambuco. Os resultados obtidos com as análises apenas comprovaram o que todos já tinham em mente: a falta de representatividade feminina nos mais diversos ambientes é um fato.

Por trabalhar, de diferentes maneiras, com uma narrativa que se apoia na duração, a arte poderia produzir interessantes experiências com a comunicação, não no nível da transmissibilidade, mas no da criação e no do rearranjo de códigos sociais. É que a arte realiza um trabalho intensivo com as formas expressivas e, pelo menos desde o começo do século XX, vem realizando uma série de experimentações com elementos da cultura e da sociedade, ora refletindo e reforçando seus valores – e concretizando-os –, ora problematizando-os ou rompendo com eles. (GONÇALVES, 2007, p. 5)

Portanto, entendendo a arte como meio de comunicação, o objetivo do projeto como um todo é, através das redes sociais – onde a veiculação é gratuita e de fácil acesso – fazer com que as pessoas, predominantemente mulheres, consigam enxergar sua essência nas ilustrações produzidas, o que, devido aos padrões de beleza e estereótipos estabelecidos pela comunicação massiva, não é comum na realidade brasileira. A intenção é, mesmo que

---

<sup>4</sup> Processo de seleção de notícias em jornais, revistas, sites e outros meios de comunicação para resultar num apanhado de recortes sobre assuntos de total interesse de quem os coleciona. Também pode ser feito em redes sociais, blogs, webjornais, rádio e televisão. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Clipping>> Acesso em 29 de maio de 2016.

em pequena proporção, romper com os padrões pré-estabelecidos a respeito do que é bonito, do que deve ser mostrado e do que deve ser escondido.

### 3 JUSTIFICATIVA

A vivência dentro da sociedade capitalista é repleta dos mais diversos tipos de desigualdades e pressões que norteiam todos os aspectos, Conte (2008) descreve um pouco como funciona dinâmica desse sistema em relação as mulheres:

O capitalismo tem um jeito sutil de explorar e subjugar as mulheres: seja concentrando poder, seja impondo estereótipos de corpo, pensamento e consumo, que faz delas, escravas ou culpadas por não poderem ostentar o padrão instituído. Atualmente, a ideia de autoestima vinculada ao consumismo alimenta um sistema perverso que desrespeita o ser humano e a natureza e, que geralmente, é para agradar o outro ou viver de aparências.

Os padrões de beleza estabelecidos através das épocas limitam e tentam esconder ou modificar quem não se encaixa. Na realidade de uma população tão plural, cujo percentual de pessoas que se encaixam nesses padrões é tão pequeno, é visto como normal se sentir desconfortável com seu corpo, suas origens, seus costumes etc. A mídia e a indústria alimentam essa insegurança ao reproduzirem os padrões e não mostrarem representatividade. Por que a imagem mostrada não pode refletir a realidade? Por que não representar na TV, no jornal, na publicidade, nas revistas, as pessoas que vemos ao andar nas ruas?

Graças a força ganha por movimentos sociais, dentre eles as várias vertentes do feminismo, a questão da representatividade vem ganhando voz e adquirindo espaço nos debates, o que já vem refletindo, por exemplo, no posicionamento de algumas marcas que, mesmo que fazendo isso como forma de atingir um determinado mercado por interesses econômicos, começam a apoiar as lutas pelo empoderamento e pela diversidade.

Como coloca Brah (2006), “Diferença, diversidade, pluralismo, hibridismo – esses são alguns dos termos mais debatidos e contestados do nosso tempo. Questões de diferença estão no centro mesmo de muitas discussões dentro dos feminismos contemporâneos”.

Ainda segundo a autora:

O objetivo principal do feminismo tem sido mudar as relações sociais de poder imbricadas no gênero. Como as desigualdades de gênero penetram em todas as esferas da vida, as estratégias feministas envolvem um enfrentamento da posição subordinada das mulheres tanto dentro das instituições do estado como da sociedade civil. A força por trás da teoria e da prática feminista no período do pós-guerra tem sido seu compromisso de erradicar desigualdades derivadas da noção de diferença sexual inerente a teorias biologicamente deterministas,

que explicam a posição social das mulheres como resultado de diferenças inatas. (BRAH, 2006)

Compreendendo a arte como prática subjetiva e de expressão, a criação do projeto é justificada pela vontade de trazer representatividade. Se cada um de nós luta uma batalha diferente contra os padrões forçados pela sociedade e se há a necessidade de identificação e representação, por que não usar da arte e o espaço democrático das redes sociais para trazer a sensação de pertencimento?

Lerynda Lima<sup>5</sup>, representada na ilustração *Poder Black*, é mulher uma mulher real, negra, empoderada e militante.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A ilustração foi desenvolvida em folha de Papel Dupla Face Canson, com gramatura de 300 g/m<sup>2</sup>, no tamanho A4 (210mm X 297mm). Para o fundo da ilustração, foi utilizada tinta do tipo Aquarela da marca Artist's Loft e pincéis da mesma marca. Nessa parte, foram utilizadas diferentes técnicas<sup>6</sup> para atingir o resultado desejado. Inicialmente, a técnica úmida, que consiste em umedecer levemente o papel antes de aplicar a tinta, de maneira que a cor se espalha mais rapidamente e cria uma base que permite uma melhor aplicação das camadas seguintes. Ainda com o papel úmido, reforcei a tinta preta, dessa vez mais concentrada, especialmente na parte da borda superior para que fosse criado um suave degradê<sup>7</sup>.

O desenho da mulher foi rascunhado algumas vezes em Papel Vegetal até chegar na versão final, transferida em lápis 2B e 4B para a folha final. Depois, foram aplicadas várias camadas de lápis de cor da marca Faber Castell em cinco tons entre marrom e bege, para chegar a um tom parecido com o da pele da modelo e criar a ilusão de luz e sombra suaves. O papel texturizado contribui para a aparência rústica e artesanal desejada e foi utilizado lápis de cor branco para uniformizar as cores e disfarçar os traços mais marcados.

Após finalizada a pintura com lápis de cor, os contornos do desenho foram reforçados com Caneta Nankin UniPin Fine Line tamanho 0.5mm. A mesma caneta foi utilizada para desenhar os cabelos.

---

<sup>5</sup> Estudante de Publicidade e Propaganda na UFPE.

<sup>6</sup> Técnicas de pintura com Aquarela explanadas pelo ilustrador Rodrigo Falco. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3nZoIke7MoA>>

<sup>7</sup> A tonalidade degradê representa a variação de cores que vai das mais fortes às mais suaves. É uma técnica muito antiga, bastante utilizada no período da Idade Média. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Degrad%C3%AA>> Acesso em 28 maio de 2016.

A frase que aparece abaixo da modelo foi feita utilizando a técnica de *hand lettering*, que consiste basicamente em desenhar letras à mão ou digitalmente, sem utilizar tipos e fontes já prontos<sup>8</sup>, utilizando Caneta Faber Castell PITT Art Pen, na cor Black 199 de tamanho XS.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Conforme mencionado anteriormente, as ilustrações deste projeto foram inspiradas em fotos de mulheres reais. Qualquer pessoa pode marcar uma foto no seu perfil do Instagram com a *hashtag* homônima ao projeto e são escolhidas algumas a serem representadas.

A peça *Poder Black* especificamente, foi feita baseada em uma das imagens do ensaio fotográfico feito por um grupo de alunos da UFPE<sup>9</sup> que teve como modelo Lerynda Lima. As fotos feitas pelo grupo, hipoteticamente, seriam parte de um editorial de moda com a temática voltada para as etnias do Brasil. A imagem escolhida (Figura 1) foi postada no Instagram pessoal da modelo e tinha como legenda a mesma frase utilizada na ilustração, um trecho da música *Você Não Vai*<sup>10</sup>, da cantora curitibana Karol Conká.



Figura 1 – Luanda | Lerynda Lima por: Gabriel Pontual

<sup>8</sup> Disponível em: ><https://www.smashingmagazine.com/2013/01/understanding-difference-between-type-and-lettering/>> Acesso em 28 de maio de 2016.

<sup>9</sup> Ensaio realizado por Eduardo Rodrigues, Gabriel Pontual, Edvaldo Rodrigues, Maria Eduarda Menezes, Luiz Gustavo Emerenciano e Laís Bahamondes, alunos do 5º período do curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, para trabalho das disciplinas de Fotopublicidade, ministrada pelo Prof. Eduardo Duarte e Criação Publicitária II, ministrada pelo Prof. Rodrigo Stefani.

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/karol-conka/voce-nao-vai.html>>

Tendo em vista que meus desenhos não podem ser caracterizados como “realistas”, busco fazer a ligação entre a ilustração e a foto-base não pela similaridade física entre a figura real e a retratada no papel, mas através de aspectos simples como a paleta de cores e a posição da pessoa para que haja identificação. A ideia era manter a estética das outras peças do projeto, nas quais nenhuma das meninas aparece usando roupas (a camisa preta, portanto, seria descartada), porém a aparência rústica do colar na fotografia chamou atenção, e quis destacar essa característica no desenho sem necessariamente mostra-lo.

A primeira tentativa foi feita em Papel Kraft, que possui cor próxima da madeira, entretanto a gramatura do papel não recebeu bem a mistura de água com Aquarela, ou qualquer um dos outros materiais utilizados, deixando-os foscos e opacos (Figura 2), o que não estava de acordo com as expectativas e não possui consonância com a missão de destacar a individualidade de cada uma.

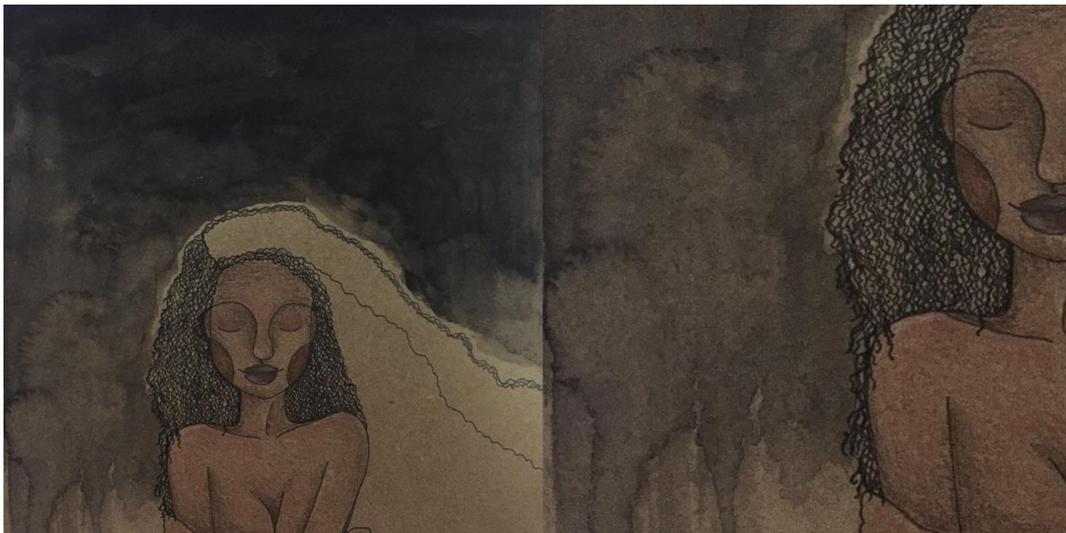


Figura 2 - Detalhes da primeira tentativa (descartada)

Já a segunda e última tentativa, que passou pelos processos indicados no tópico anterior: rascunhos, transferência dos traços do Papel Vegetal para a folha definitiva – sendo essa de fato mais apropriada para receber os materiais –, pintura com Aquarela, pintura com lápis de cor e contorno com caneta, atingiu os objetivos desejados, desde o resultado dos traços até a aparência da textura proporcionada pela combinação do papel com o lápis de cor. Segundo Dondis (2000),

Onde há uma textura real, as qualidades táteis e óticas coexistem, não como tom e cor, que são unificados em um valor comparável e uniforme, mas de uma forma única e específica, que permite à mão e ao olho uma sensação individual.

Outro ponto que merece ser destacado na ilustração é a presença do contraste entre o fundo branco e as outras tonalidades (o preto do fundo e do cabelo e os tons de marrom da pele). De acordo com Stéfani (2014), “o contraste tende a desequilibrar, estimular e atrair atenção para um nível mais alto de sensibilidade”.

## 6 CONSIDERAÇÕES

O projeto *#findmemey* é contínuo e, desde sua criação, tem trazido bons resultados para mim, como artista, e para as pessoas representadas pela minha arte. Além da ludicidade de ver a sua imagem refletida em uma ilustração a partir dos olhos de outra pessoa, o espaço das redes sociais proporciona um púlpito para dar voz às diferenças.

Por meio da interpretação das teorias feministas e também da vivência como mulher e feminista, consigo enxergar a importância de iniciativas como essa e tantas outras que surgem, por exemplo, nas mídias sociais e dentro das próprias universidades. Espero que o projeto inspire outras pessoas a mostrarem sua arte e, não só levantar a própria voz em prol de suas lutas e causas, como também incentive o espírito de colaboração e irmandade.

[...] talvez a força maior, mais importante e menos aparente do movimento feminista esteja na semente de questionamento e de reivindicação que surge na consciência das mulheres que, vivendo anonimamente o seu cotidiano, vêm tentando transformá-lo e recriar a sua relação com o mundo, com os companheiros com os filhos, consigo mesmas. (ALVES; PINTANGUY, p. 70)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981.

BEZERRA, B. B.; COVALESKI, R. L.. **Marketing experimental e criação artística: uma análise da atual demanda de consumo**. Revista FAMECOS (Impresso), v. 21, p. 224-250, 2014.

BRAH, Avtar. Diferença, diversidade, diferenciação. **Cadernos Pagu** (26), Campinas – SP, Núcleo de Estudos de Gênero Pagu/Unicamp, 2006, pp. 329-376. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332006000100014](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332006000100014)> Acesso em 29 de maio de 2016.

CONTE, Isaura Isabel. Mulheres, auto-estima e feminismo. In: **Revista Espaço Acadêmico**. N. 89, 2008. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/089/89conte.pdf>> Acesso em 29 de maio de 2016.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

GONÇALVES, Fernando do Nascimento. Comunicação, cultura e arte. In: **Contemporânea**. N. 8, 2007. Disponível em: <[http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_08/01FERNANDO.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_08/01FERNANDO.pdf)>. Acesso em 28 de maio de 2015.

OLIVEIRA, Rosa Maria. **Para Além do Risco: contributo para um entendimento da importância do Desenho nas Artes, hoje**. In: CIANTEC - Congresso Internacional de Arte, Novas Tecnologias e Comunicação - Fenomenologia da Contemporaneidade, 2010, São Paulo. *Ficha catalográfica...* São Paulo: USP, 2010. p. 91-94.

SALLES, Cecília A. **Gesto inacabado: processo de criação artística**. São Paulo: FAPESP: Annablume, 2004.

SALLES, Cecília. **Redes de criação: construção da obra de arte**. São Paulo: Editora Horizonte, 2006.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

STÉFANI, Rodrigo Correa. **Criação Publicitária – do briefing ao anúncio**. Recife: Editora UFPE, 2014.