

Raquel Carolina Binotto

## **PROJETO DE EXPOSIÇÃO: OUTRAS MULHERES**

Projeto de Conclusão de Curso (PCC)  
submetido ao Programa de Graduação  
da Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Bacharel em Design.  
Orientador: Prof. Rosana Andrade Dias  
do Nascimento, Dr.<sup>a</sup>.

Florianópolis  
2017



Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária  
da UFSC.

Binotto, Raquel Carolina

Projeto de Exposição: Outras Mulheres / Raquel  
Carolina Binotto; orientadora, Rosana Andrade Dias  
do Nascimento, 2017. 57 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de  
Comunicação e Expressão, Graduação em Design,  
Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design de Exposição. 3.  
Representação Feminina. I. Nascimento, Rosana  
Andrade Dias do. II. Universidade Federal de Santa  
Catarina. Graduação em Design. III. Título

Raquel Carolina Binotto

## **PROJETO DE EXPOSIÇÃO: OUTRAS MULHERES**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Programa de Graduação em Design.

Florianópolis, 23 de novembro de 2017.

---

Prof. Marília Matos Gonçalves, Dr.<sup>a</sup>  
Coordenador do Curso

### **Banca Examinadora:**

---

Prof.<sup>a</sup> Rosana Andrade Dias do Nascimento, Dr.<sup>a</sup>  
Orientadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Mário César Coelho, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Richard Perassi Luiz de Sousa, Dr.  
Universidade Federal de Santa Catarina



A beleza ainda é mais difícil de contar do que a felicidade.  
**Simone de Beauvoir**



Este trabalho é dedicado à minha família, amigos  
e professores que me apoiaram até aqui.





## RESUMO

Essa pesquisa trata do desenvolvimento de um projeto de exposição sobre a temática da beleza feminina. O projeto, intitulado “Outras Mulheres” consiste no planejamento de uma mostra fotográfica de curta duração, pensada da curadoria à identidade visual. Seu resultado final é um produto de interesse de todas as pessoas, mas é especialmente voltado para o público feminino, pois visa a partir da apresentação da diversidade; mostrar às mulheres que a beleza não é uma ideia pronta, e sim um conceito subjetivo. Esse projeto busca, portanto, incentivar cada mulher e redescobrir-se bela por ser exatamente como ela é.

**Palavras-chave:** Representação feminina. Fotografia. Design de exposição.



## **ABSTRACT**

This research is about the development of a exhibition project about woman beauty. The project, entitled "Outras Mulheres" consists on planning a short term photographic show, planned from the curatorship to the visual identity. The final result is a product that interests the society, but is especially aimed to the female public, because when presenting the diversity, this shows to women that beauty isn't a fixed idea, but a subjective concept. This project aims to encourage every woman to rediscover herself beauty as she is.

**Keywords:** Woman representation. Photography. Exhibition design.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia de projeto voltada para exposições .....	20
Figura 2 – Imagem relativa a pesquisa “Belas Mulheres” no Google ..	25
Figura 3 – Chamada para a exposição “Strike a pose: A imagem ideal vs. A mulher real, 2015 .....	28
Figura 4 – Espaço construído para a exposição “Strike a Pose” .....	28
Figura 5 – Imagem ideal vs. Imagem real .....	29
Figura 6 – Campanha “Escolha Bonita” de Dove, 2015 .....	30
Figura 7 – Campanha de Dove .....	31
Figura 8 – – Mostra Visual no Fazendo Gênero 11, 2017 .....	32
Figura 9 – Organização da Mostra Visual .....	33
Figura 10 – Jéssica Ipólito. Fotos por Alile Dara Onawale e Renata Martins, 2016 .....	35
Figura 11 – Modelo para Mariana Godoy .....	36
Figura 12 – Retrato feminino por Gabi Trevisan, 2017 .....	36
Figura 13 – Retrato por Mariana Godoy .....	37
Figura 14 – Autorretrato por Fran Hoffmann, 2016 .....	37
Figura 15 – Autorretrato por Anna Guimarães, 2014 .....	38
Figura 16 – Modelo por Michelle Mol, 2016 .....	39
Figura 17 – Modelos por Isabelle Louise .....	40
Figura 18 – Planta do MARquE, piso térreo .....	41
Figura 19 – Sala de exposição em uso, 2017 .....	42
Figura 20 – Geração de alternativas, planta baixa da exposição .....	43
Figura 21 – Identidade visual .....	43
Figura 22 – Paleta de cores .....	44
Figura 23 – Texto aplicado ao painel de apresentação .....	46
Figura 24 – Texto aplicado ao painel de abertura .....	47
Figura 25 – Ficha técnica .....	47
Figura 26 – Painel para o espelho .....	48
Figura 27 – Etiqueta .....	48
Figura 28 – Modelo tridimensional (maquete), apresentação da exposição .....	49
Figura 29 – Maquete, abertura da exposição e início da mostra .....	49
Figura 30 – Maquete, visão geral da sala .....	50
Figura 31 – Maquete, sala de projeção .....	50
Figura 32 – Maquete, segundo momento da exposição .....	51
Figura 33 – Maquete, ficha técnica e saída da exposição .....	51



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>17</b>
1.1	OBJETIVOS .....	18
<b>1.1.1</b>	<b>Objetivo Geral</b> .....	<b>18</b>
<b>1.1.2</b>	<b>Objetivos Específicos</b> .....	<b>18</b>
1.2	JUSTIFICATIVA .....	18
1.3	METODOLOGIA .....	19
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>23</b>
2.1	O CONCEITO DE BELEZA .....	23
2.2	A MULHER CONTEMPORÂNEA E A BELEZA .....	24
2.3	EXPOSIÇÕES .....	26
2.4	ANALISE DE EXPOSIÇÕES SIMILARES .....	27
<b>3</b>	<b>DESENVOLVIMENTO</b> .....	<b>35</b>
3.1	CURADORIA .....	35
3.2	ESPAÇO EXPOGRÁFICO .....	40
3.3	ELEMENTOS VISUAIS .....	43
3.3	COMUNICAÇÃO .....	45
3.4	CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO .....	48
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	53
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>55</b>



## 1 INTRODUÇÃO

As definições de beleza segundo um dicionário, como por exemplo, o Dicionário Unesp do Português Contemporâneo (2004, p. 171), apontam para a beleza como sendo “conjunto harmônico de características ou atributos que despertam prazer, admiração e emoção estética”. Logo, pode-se dizer que este conceito descreve simples e harmoniosamente a mescla entre sentimentos e sensações, conduzindo a experiência de “beleza” para a subjetividade mental humana. A partir dessa definição e através do desenvolvimento de um projeto de exposição, este trabalho, intitulado Outras Mulheres visa mostrar a indução cultural direcionando a beleza a ser algo ímpar, sem-par.

O presente projeto objetiva instigar as mulheres, através de uma exibição fotográfica, a repensar o padrão de beleza vigente, compreendendo que ele trata-se de uma criação midiática social quase imutável, fato que contrasta completamente com os dizeres de Talmann (2013, apud BATALINI, 2013, p. 4), que afirma que a beleza é abstrata e está nos olhos de quem a vê, não constituindo um dado absoluto, mas sim um conjunto de conceitos flexíveis que se alteram com o tempo. E segundo Umberto Eco, em seu livro, História da Feiura (2007), o feio de hoje pode ser o belo de amanhã. A beleza é portanto, uma obra aberta. O belo ou não depende da interpretação de alguma entidade, sendo passível de caracterização por construções sociais. Conforme Le Cerf, os cânones da beleza variam segundo países, as épocas e as tendências (1957, apud NATHAN, 1963, p. 9). Logo, não existe um único e correto padrão do que é belo. Ainda assim, uma ideia estereotipada é transmitida pela da mídia, através do exemplo de modelos e de artistas famosos. No caso das mulheres, um modelo magro, de pele uniforme e bronzeada, cintura fina, etc. Com isso, ao longo dos anos uma ditadura da beleza foi imposta pela mídia, sociedade e pela moda e fez com que mulheres buscassem incessantemente o corpo ideal, que se mostra constantemente inatingível.

A exposição fotográfica aqui projetada questiona os padrões promovidos pela sociedade, exaltando a beleza da mulher gorda, negra, crespas, grávida, entre outras, que normalmente possuem seu espaço diminuído ou mesmo negado dentro do conceito errôneo de “beleza”. Este é, portanto, um projeto que visa o empoderamento através da representatividade e da autoestima.

## 1.1 OBJETIVOS

Os objetivos que são diretrizes para a pesquisa e o desenvolvimento desse projeto são mencionados a seguir.

### 1.1.1 Objetivo Geral

Propor uma exposição fotográfica que apresente a temática da beleza feminina de forma plural e abrangente.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- Apresentar o conceito de beleza e suas exigências;
- Organizar informações e imagens relativas à uma nova visão e construção do ideal de beleza feminina;
- Desenvolver o projeto da exposição.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Dentro do campo do design, esse projeto encaixa-se na especialidade do Design de Exposição, uma área da programação visual, que trata do planejamento e projeto de uma linguagem visual ajustada ao atendimento a situações de comunicação. A exposição se apresenta como um grande projeto de pesquisa que tem como produto final, ela mesma, se conformando em um discurso tridimensional de uma pesquisa. Ou seja, o design de exposição parte da lógica de organização da informação e trata o design como uma possível experiência de aprendizagem. Nesse projeto, as informações estão organizadas a fim de propiciar uma experiência singular do mundo e do ambiente - o padrão ideal de beleza - a partir da exposição.

Esse trabalho se justifica na sua busca em expor, especialmente para o público feminino, a diversidade da beleza, mostrando que ela não atende apenas os poucos ideais que são passados pelos meios de comunicação ou pelas expectativas dos outros sobre seus corpos. Notar e avaliar os motivos e ações que geram determinados comportamentos é também uma atividade do designer, já que esse tem por função comunicar informações e, por conseguinte, influenciar comportamentos. O designer, pode, portanto, estimular a mudança e a desconstrução de certos valores e práticas. Frascara (2006) coloca que, o objetivo do designer de comunicação visual não deve ser considerado o ato

comunicacional em si, mas sim o impacto que esse gera no conhecimento, nas atitudes, ou nas condutas das pessoas. (apud QUEIROZ, 2009, p.182).

Pessoalmente, esse trabalho integra com uma área que tive contato durante a graduação e pela qual tenho bastante interesse. Trabalhar com exposições e trazer para o design alguns dos meus gostos, como o contato com exposições e museus, e indagações, como com as questões relativas às mulheres e aos condicionamentos sociais para o qual somos induzidas, é o que justifica esse projeto. A partir do design de exposição e através deste projeto foi possível alinhar os conhecimentos das disciplinas de design gráfico e design de produto; trazer parte das discussões relativas às questões de gêneros e construções sociais ao curso, projeto e sociedade; e ainda trabalhar com a organização e percepção de contextos através de uma imagem ou produto.

A união disso é o que coloca este como um projeto de conclusão de curso.

### 1.3 METODOLOGIA

A escolha de uma metodologia de projeto condizente com uma exibição é imprescindível para obtenção de sucesso ao executá-la. O planejamento minucioso e detalhado da exposição é o grande responsável pela absorção do conteúdo pelos frequentadores e pelo cumprimento do objetivo deste trabalho. A metodologia, por definição, consiste no estudo de estratégias, recursos e técnicas utilizados no planejamento, na organização e na execução considerando a interação junto ao público (BOMFIM, 1984).

Para evitar uma experiência de visitação monótona e vaga, o impacto do ato comunicacional exaltado por Frascara (2006) deve ser aliado ao objetivo de propor uma exposição de qualidade, oferecendo uma experiência que envolva troca de sentidos, proveniente da conversa figurada entre o produtor e o público (CURY, 2005).

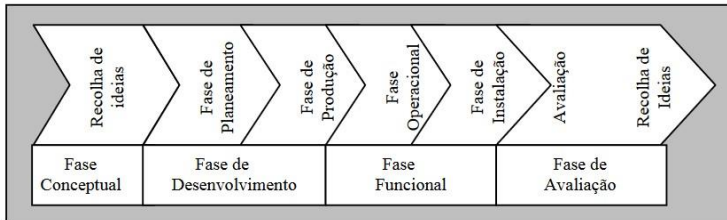
Esse projeto utiliza a metodologia para exposições de David Dean, que se encontra no livro *Museum Exhibition: Theory and Practice*. De acordo com o autor:

“Todos os projetos, independentemente do seu começo ou resultado pretendido, compartilham traços comuns. O tempo necessário para planejar, desenvolver e executar o projeto é limitado. Os projetos são cíclicos. Eles têm começos que surgem de ideias geradas a partir de atividades anteriores, e que depois de executar seus cursos, geram novas abordagens e ideias para projetos futuros”.

Os elementos processuais no planejamento e execução de qualquer projeto são universais, independentemente do produto final. A principal diferença entre a criação de uma exposição e a preparação de uma estratégia de vendas ou a construção de um automóvel é a missão da organização que realiza o projeto”. (DEAN, 1996, p.8 apud VIEIRA, 2009, p. 16-17)

Vieira (2009, p. 17) em seu estudo explica o método de Dean. (Fig 1).

Figura 1: Metodologia de projeto voltada para exposições



Fonte: Helena Isabel Almeida Vieira, adaptado a partir de David Dean.

A metodologia para exposições de Dean inicia-se na fase conceitual, com a recolha e a organização de ideias. Nessa fase é possível ao produtor extrapolar suas escolhas com base na criatividade, buscando unir vertentes de pensamentos e aglomera-los de forma a expor sua mensagem para o visitante. No próximo passo, o planejamento e a produção da exposição compõem a fase de desenvolvimento. Aqui, o meio de comunicação - no qual o ato comunicacional é realizado - é o foco: faz-se o uso de dados, referências e similares com o intuito de guiar o andamento do projeto ao êxito.

Partindo para a implementação, a fase funcional engloba as etapas operacionais, de preparação, montagem e instalação da exposição. Finalmente, a fase de avaliação, onde além de examinar o andamento da exposição, os acertos e os erros, também são colhidas ideias para realizar futuras exposições. Desse modo, com a fase de avaliação, é possível evoluir o nível das exposições.

Ficando claro que para cada proposta de exposição são definidas atividades que se adequam mais aos objetivos do projeto, sendo esse quadro um exemplo.

Esse projeto de conclusão de curso atenderá a Fase Conceitual e a Fase de Desenvolvimento, não sendo o objetivo final do trabalho, portanto, a montagem e a avaliação da exposição fotográfica.





## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nessa seção será apresentada a fase conceitual (pesquisa que dá subsídio à recolha de ideias) desse projeto de conclusão de curso.

### 2.1 O CONCEITO DE BELEZA

A palavra estética, originada do grego *Aisthesis* que significa percepção, sensação e sensibilidade, e é o termo utilizado dentro da Filosofia quando tratamos de beleza ou daquilo que é “desprovido” dela. De acordo com Lima (2016, p. 1), o primeiro pensador a dialogar com a estética e definir o que seria “beleza”, foi Platão, na Grécia Antiga. Após Platão diversos pensadores trataram da beleza e da estética. Um dos pensamentos mais fortes, foi o de Aristóteles, que acreditava que o conceito de beleza estaria ligado a proporção, a grandeza e a harmonia das partes em um todo. Esse ideal de beleza relacionado com a simetria, equilíbrio e ordem foi amplamente utilizado (inclusive na arquitetura) até o século XVIII, com Kant, e mesmo hoje possui relação com o significado da palavra beleza, que se expõe de forma subjetiva e individual. Portanto deveria estar claro que não existe uma beleza absoluta, porém, uma versão padronizada e idealizada que nos induz à uma condição homogeneizada do que é belo.

Se no decorrer da história a forma física do indivíduo foi definida por propósitos sociais, religiosos e militares, na atualidade essa forma é controlada pela propaganda concomitantemente com senso comum, afinal, o indivíduo precisa moldar-se a sociedade na qual vivemos, essencialmente consumista. O corpo, na Pré-História, era usado como arma de sobrevivência, para caça e fuga. Já nas primeiras civilizações, era usado para guerrear. Na década de 90, de acordo com Nunes (2014), “Ser magra torna-se uma verdadeira obsessão. Mulheres altas e magras consagram o novo modelo estético. Alcançar esse padrão torna-se um esforço com a utilização de dietas malucas e a busca cada vez mais árdua pelo corpo “ideal”, a bulimia e a anorexia passam a ser frequentes”. Seguindo esse pensamento para os tempos atuais, todos os dias as mulheres são bombardeadas por produtos, imagens e informações de padrões de beleza muitas vezes alcançáveis apenas com softwares de edição de imagem. Assim, moldar-se conforme o “belo” pode resultar num objetivo inalcançável. O fenômeno de não se encaixar num seletivo grupo de pessoas consideradas “belas”, segundo Moreno (2016, p. 74), resulta numa geração de mulheres infelizes e com baixa autoestima. A exposição é ainda maior para o público jovem - basta ver a explosão de casos de bulimia e anorexia. Os transtornos

alimentares, antes mais comuns entre a classe A e B, agora atingem todos os níveis socioeconômicos. Pode-se citar ainda os tratamentos de imagem, amplamente utilizados e que projetam para as mulheres, imagens de corpos que não existem realmente. A infelicidade com a não adequação aos padrões de beleza é reiterada com uma pesquisa Dove/Unilever de 2011, que chegou ao resultado de que nove em dez mulheres querem mudar alguma coisa no corpo: dois terços das mulheres entre 15 e 60 anos do mundo evitam atividades básicas da vida porque se sentem mal com sua aparência. Mais de 92% das garotas declaram que querem mudar pelo menos um aspecto de sua aparência. Dito isso, aqui é apresentada uma análise do conceito de beleza vigente. Essa análise, junto com os problemas apresentados acima, mostram a necessidade da mudança de paradigmas e servem de fundamento para a desconstrução da visão de beleza estereotipada e irreal.

## 2.2 A MULHER CONTEMPORÂNEA E A “BELEZA”

Mais do que nunca, o corpo tornou-se um objeto e o indivíduo, em especial a mulher, está cada vez mais aprisionada dentro de um sistema que define uma identidade estreita e generalizada que é a considerada bela. Segundo Rolnik (1996, p. 17) “as identidades locais fixas desaparecem para dar lugar a identidades globalizadas, que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade”. O corpo e o ajuste dele ao padrão social da beleza são preocupações cruciais da mulher contemporânea, exemplo disso, é a banalização da cirurgia plástica.

Quanto aos fatores exigidos para ‘ser bela’, Santos (2016, p. 224) fala “a concepção de uma corporeidade feminina perfeita gira em torno de três características: beleza, magreza e juventude”. De acordo com Nunes (2014), foi durante a década de 90 especialmente que “ser magra torna-se uma verdadeira obsessão, mulheres altas e magras consagram o novo modelo estético. Alcançar esse padrão torna-se um esforço com a utilização de dietas malucas e a busca cada vez mais árdua pelo corpo “ideal”, a bulimia e a anorexia passam a ser frequentes”. Nota-se que não é permitido à mulher um corpo se não magro, o amadurecimento, as mudanças ocorridas em seu corpo devido a gravidez, o cabelo ao natural, os traços originais ao seu genótipo: a mulher negra deve ter nariz e lábios finos, a mulher oriental deve ter pálpebras marcadas e seu rosto deve ser magro, entre outros. Além da magreza e da juventude, há a (falta de) diversidade racial. São julgadas ‘fora do padrão’ as mulheres negras, asiáticas, indígenas.



Figura 2: Imagens relativas à pesquisa “Belas mulheres” no Google



Fonte: Painel elaborado pela autora.

Segundo Del Priori (2000, p.15), a mulher nunca antes sofreu tantas prescrições. Agora, não mais do cônjuge, padre ou dos médicos, mas dos discursos jornalísticos e publicitários que nos cercam. “No início do século XXI, somos todas obrigadas a nos colocar a serviço de nossos próprios corpos. Isso é, sem dúvida, uma outra forma de subordinação. Subordinação, diga-se, pior do que a que se sofria antes, pois diferentemente do passado, quando quem mandava era o marido, hoje o algoz não tem rosto. É a mídia. São cartazes da rua. O bombardeio de imagens na televisão” (apud KOWALSKI; FERREIRA, 2007, p. 102). Como consequência, vivemos num contexto de insatisfação generalizada com a autoimagem. Vicente (2013, p. 1) afirma que “há uma corrente de teóricos que acreditam que, com tantos avanços femininos, a ditadura do corpo ideal é uma forma de ainda deter a mulher. E faz sentido, já que a maior parte acaba cedendo à pressão”. Não é difícil perceber que os padrões estéticos estão profundamente ligados à uma realização social plena, e por isso é tão complicado simplesmente ignorá-los. Segundo Carlos Frederico Lúcio (2007), a imagem de beleza “artificial” está quase sempre ligada a convicções de qualidade de vida, bem-estar, sucesso e felicidade, logo apesar da imagem criada e veiculada não corresponder àquilo presente no cotidiano

das pessoas, é muito difícil fugir dessa padronização e da aceitação dela como “a real beleza”. Tudo isso aponta para a necessidade de uma discussão sobre a problemática da corporeidade. Faz-se de suma importância combater a angústia de não se encaixar no padrão existente, mostrar as mulheres que apesar de diversas, elas também são bonitas. Não há mais espaço para as opressões, intolerâncias e exclusões.

### 2.3 EXPOSIÇÕES

Por definição “Uma exposição é a exibição pública de objetos organizados e dispostos com o objetivo de comunicar um conceito ou uma interpretação da realidade. Pode ser de caráter permanente ou temporário, fixa ou itinerante” (CHAGAS; NASCIMENTO JUNIOR, 2009, p.31). Uma exposição, como já foi dito, configura-se como um projeto de pesquisa que resulta num discurso tridimensional da investigação realizada. A exposição pode então ser comparada a um texto. Nela, revelam-se ou ocultam-se coisas de acordo com interesses. Cunha (2010) explica que “expor é revelar, comungar, evidenciar elementos que se desejam explicitar”. O autor também afirma que uma exposição não deve ser entendida como um “fim”, mas como uma “obra aberta”. “Expor é, sobretudo, propor”. É interessante que uma exposição incite a reflexão.

Uma exposição pode satisfazer emocionalmente e culturalmente seu público e despertar o interesse por novas experiências e dados na área representada. Ainda de acordo com o Manual de Subsídios para a criação de Museus Municipais:

“O museu e as exposições consistem em processos e práticas sociais que devem estar colocados a serviço da sociedade, das comunidades locais e de seu desenvolvimento. Nesse sentido, tratam-se de um meio, ferramentas, que devem ser utilizadas para o exercício do direito à memória, ao patrimônio e à cultura; para o desenvolvimento de processos identitários e de valorização da diversidade cultural. (...) Partindo da memória social e do patrimônio cultural – fonte primária de conhecimento e vivências culturais –, a educação nos museus possibilita a experiência da apropriação cultural, crítica e consciente, por parte dos mais diferentes grupos sociais e culturais.

Trata-se de um processo de empoderamento sociocultural que, utilizando o patrimônio como recurso estratégico, valoriza o exercício da cidadania e contribui para a melhoria da qualidade da vida social e pessoal de indivíduos e coletividades” (CHAGAS; NASCIMENTO JUNIOR, 2009, p. 21).

Tendo visto a necessidade da discussão da problemática da beleza feminina e visando motivar a mudança de comportamentos e atitudes no cenário atual, escolheu-se trabalhar com uma exposição fotográfica. As exposições além de inspirarem e educarem, mostram-se um adequado e abrangente canal de comunicação. Com uma boa escolha de local, fruição do espaço, previsão das diversas necessidades de acesso (físico, intelectual), além do maior conforto possível, é possível ter visitantes de todas as idades e condições físicas.

## 2.4 ANALISE DE EXPOSIÇÕES SIMILARES

Com o respaldo da pesquisa bibliográfica, partiu-se para o trabalho de campo e foram selecionados três trabalhos similares. Foram analisadas as exposições: “Strike a pose: a imagem ideal x a mulher real”, e a Mostra visual no Fazendo Gênero 11.

### **“Strike a pose: a imagem ideal vs. a mulher real”**

A exposição, abrigada no Garten Shopping, Joinville, propôs uma reflexão sobre os atuais padrões de beleza impostos e a real imagem das mulheres, através da distância das ilustrações de moda de Valter Veiga para as fotografias de Christie Hassel. Valter expôs imagens inspiradas nos desfiles de alta-costura e nos corpos das modelos. Já as fotografias de Christie retrataram mulheres reais e possuem inspiração no dia-a-dia, na rotina e em suas histórias.

Figura 3: Chamada para a exposição “Strike a pose: A imagem ideal vs. A mulher real”, 2015



Fonte: Divulgação.

A exposição foi organizada dentro de um espaço como uma sala de estar, com os desenhos de um lado, representando a imagem “ideal” da mulher bonita, e na parede oposta, as fotografias de Christie, bastante cruas e quase sem tratamento, mostrando mulheres reais.

Figura 4: Espaço construído para a exposição “Strike a Pose”



Fonte: Divulgação.

Apesar de não serem semelhantes, as imagens mostram bem a diferença entre a realidade, e a imagem “perfeita” difundida pela mídia. As fotos não se encaixam nos padrões de beleza promovidos pela mídia e difundidos pela sociedade.

Figura 5: Imagem ideal vs Imagem real



Fonte: Divulgação.

Foram expostas nove ilustrações e nove fotografias. As imagens não possuíam legendas e a falta de um percurso bem definido não alterou a leitura da mostra.

### **“Escolha bonita”, campanha Dove**

A Dove, marca de cosméticos conhecida por sua campanha com mulheres reais, fez uma ação intitulada “Escolha Bonita”. A campanha feita em algumas cidades do mundo, incluindo no Rio de Janeiro, consistiu em nomear duas portas de entrada de uma loja pré-determinada, uma com a palavra “comum” e outra com a palavra “bonita” e, para que pudessem entrar na loja, as mulheres deveriam escolher umas das duas entradas.

Figura 6: Campanha “Escolha Bonita” de Dove, 2015



Fonte: Dove.

Na ação, que depois resultou em vídeo, foi possível observar que muitas mulheres acreditam serem só absolutamente normais. A campanha em vídeo termina com uma enquete para que o telespectador escolha também entre bonita ou comum. Ao escolher normal, há um redirecionamento para as estatísticas e a frase: “Ainda se sentindo comum? Você não é”.

Figura 7: Campanha de Dove



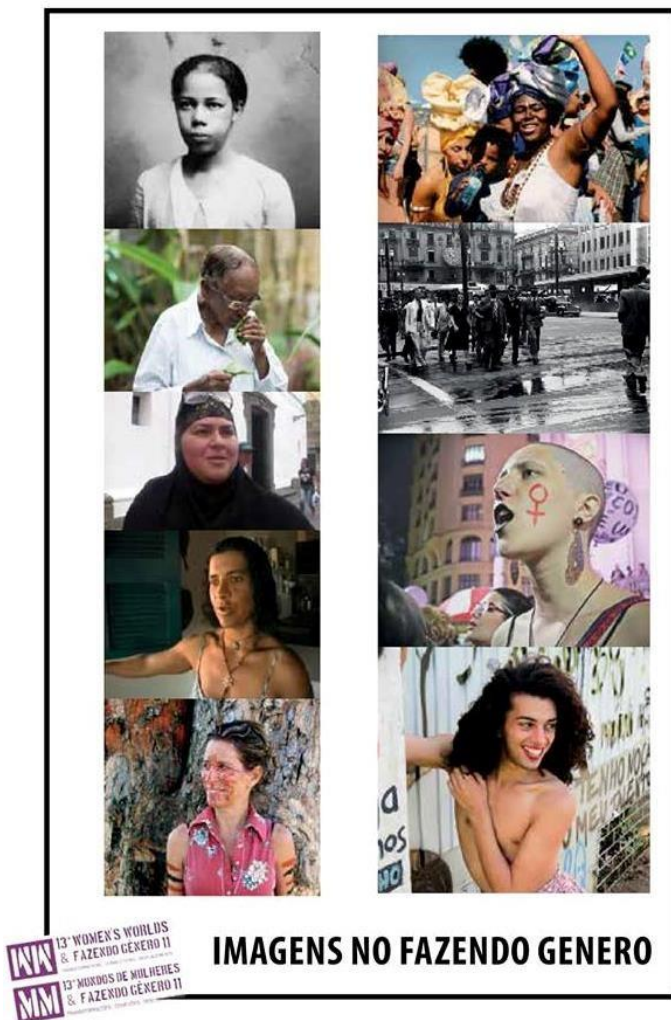
Fonte: Dove.

A campanha feita pela marca visa mostrar que você pode escolher sentir-se bonita. “Sentir-se bonita é uma decisão como qualquer outra que você pode tomar e um poder de escolha ao qual todas nós temos direito. E mesmo assim, até mesmo as mais confiantes de nós podem ter medo de usar essa palavra. Seja porque achamos que é um título reservado apenas às supermodelos, seja porque achamos que não nos encaixamos nessa categoria, ou ainda porque nos preocupamos com o que os outros vão pensar”. (Dove Escolha Bonita, 2015).

### **“Mostra Visual no Fazendo Gênero”**

O evento Fazendo Gênero 11 abrigou, na última edição, entre 30 de julho e 04 de agosto, fotografias de diversos artistas e temáticas numa grande exposição no Hall do Centro de Eventos da Universidade Federal de Santa Catarina.

Figura 8: Mostra Visual no Fazendo Gênero 11, 2017



Fonte: Seminário Internacional Fazendo gênero.

Fizeram parte da mostra as exposições: *Atrás das grades: maternidade e infância aprisionada* das expositoras Valéria Kotacho Lopes e Mariana Silvino Paris; *Bela, recatada, do lar e da Arte* de Jerusa Mary Pereira e Carolina Ribeiro Cabral; *Entre o Cárcere e a Liberdade* de Micheline Ramos de Oliveira, Aline Perussolo, Maria Carolina de Góes Ulrich e Maria Glória Dittrich; *Grito da*



expositora Denise Gomes Marinho; Kuña Porã: matriarcas Kaiowá e Guarani de Fabiana Assis Fernandes; Meu corpo, meu sangue de Janaina de Araujo Morais; Mulheres ciganas portuguesas - Rostos e Histórias de Ana Sofia Antunes das Neves; Mulheres da Ilha de Anna Paula dos Santos Andrade; Mulheres do Axé de Joana Brandão Tavares; Mulheres em situação de rua e invisibilidade social: uma experiência para o empoderamento de mulheres políticas da expositora Priscila Dias Batista Vieira; Mulheres portuguesas no cotidiano de Cristina Maria Lopes Pereira Vieira, Ana Sofia Antunes das Neves e Dália Maria de Sousa Gonçalves da Costa; Nó Materno de Silvana Barbosa Macêdo; O Alter Ego de Hildegard Rosenthal - artista imigrante moderna de Yara Schreiber Dines; Professor abusador: assédio e violência de gênero nas universidades de Ana Carolina Lamosa Paes e Júlia Maria Sincero Nunes; Severinas - Mulheres do Sertão de Mayara Cruz Albuquerque; e “Ni una menos, vivas nos queremos”: direitos, moralidades e demandas na Cidade do Rio de Janeiro, em uma conexão com Buenos Aires da expositora Andreza Azevedo Cunha.

As exposições foram organizadas em painéis, juntas. A abertura de cada uma dela se deu pelo título e um pequeno texto em uma página A4. A fonte e as imagens eram pequenas e a mostra completa extensa e cansativa. O percurso não estava claro, mas isso não prejudicou o entendimento da Mostra. Diversas exposições dessa mostra dialogariam com o tema escolhido para esse projeto. As autoras das imagens eram todas mulheres e os temas, quase a totalidade, abordaram a questão de gênero.

Figura 9: Organização da Mostra Visual



Fonte: Seminário Internacional Fazendo gênero

A partir da análise dessas exposições é possível conceber o projeto objetivado nesse trabalho: um espaço comprometido com a linguagem contemporânea e que fomente a discussão sobre o conceito de beleza.

### 3 DESENVOLVIMENTO

Nessa seção será apresentado o desenvolvimento do projeto de exposição “Outras Mulheres”. Essa etapa corresponde ao fim da fase de planejamento e a fase de produção. Para esse Projeto de Conclusão de Curso, esse capítulo tratará da curadoria, dos elementos visuais (identidade visual, cor, fonte, entre outros) que irão compor a proposta da exposição e do planejamento do espaço expositivo, incluindo as plantas, percurso, ciência dos suportes e leitura da mostra.

#### 3.1 CURADORIA

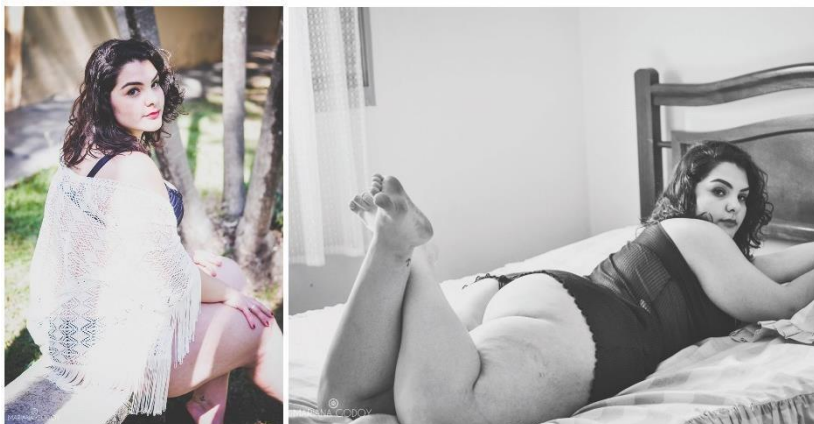
Para esse projeto escolheu-se trabalhar com a idealização da exposição desde a definição do tema e curadoria dos objetos expostos, nesse caso fotografias. Todas as fotos foram feitas por fotógrafas e tiveram a autorização de suas autoras, bem como de suas modelos. As fotos foram escolhidas dentro de projetos e trabalhos de fotógrafas que contemplam a diversidade da beleza feminina. Ao todo, foram escolhidas dez imagens para compor a exposição:

Figura 10: Jessica Ipólito. Fotos por Alile Dara Onawale e Renata Martins, 2016



Fonte: Alile Dara Onawale e Renata Martins.

Figura 11: Modelo para Mariana Godoy



Fonte: Emponderarte-me, por Mariana Godoy.

Figura 12: Retrato feminino por Gabi Trevisan, 2017



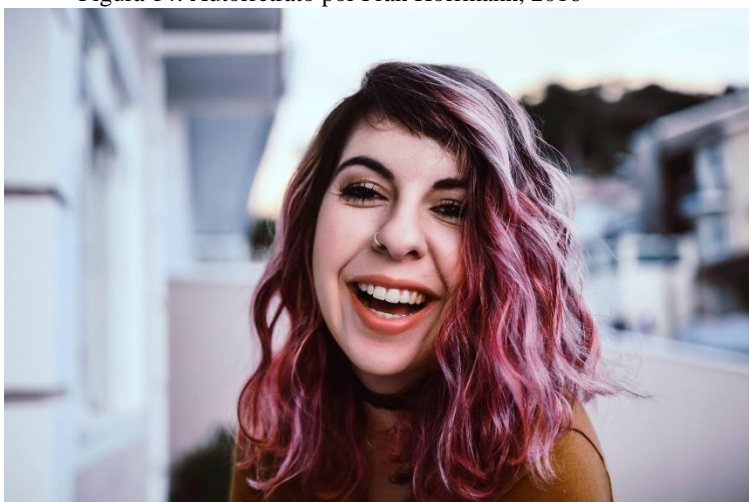
Fonte: Foto Natural, Gabi Trevisan.

Figura 13: Retrato por Mariana Godoy



Fonte: Emponderarte-me, por Mariana Godoy.

Figura 14: Autorretrato por Fran Hoffmann, 2016



Fonte: Projeto “Que se ame”, por Fran Hoffmann.

Figura 15: Autorretrato por Anna Guimarães, 2014



Fonte: Anna Guimarães

Foram escolhidos para integrar a exposição também alguns autorretratos, por serem um exercício de autoconhecimento e estarem intimamente ligados ao tema da exposição.

Figura 16: Modelo por Michelle Mol, 2016



Fonte: Projeto Naked, por Michele Mol.

Figura 17: Modelos por Isabelle Louise, 2016



Fonte: Projeto à Flor da Pele, por Isabelle Louise.

### 3.2 O ESPAÇO EXPOGRÁFICO

Após a visita à alguns espaços passíveis para a realização da exposição, definiu-se que o projeto seria dimensionado para a Sala de Exposição de Curta Duração, do Museu de Arqueologia e Etnologia Oswaldo Rodrigues Cabral (MARquE). O museu, além de acessível aos estudantes e a comunidade, tem uma equipe bastante receptiva, que demonstrou interesse no projeto, em especial Marcel Santos e Angelo Biléssimo, que se colocaram à disposição para auxiliar no projeto da exposição, além de fornecer todas as plantas e detalhes do espaço escolhido.

A sala escolhida (Figura 18), possui área de 204m<sup>2</sup>.



Figura 18: Planta do MARquE, piso térreo



Fonte: MARquE.

A inserção da exposição sobre empoderamento feminino na Universidade Federal de Santa Catarina, bem como no MARquE, compactua com eventos que são realizados ou que já ocorreram na universidade, como o Congresso Mundos de Mulheres e o Seminário Internacional Fazendo Gênero, além de encaixar-se nos valores do Museu, que tem como parte da sua missão a ampla compreensão da realidade, refletindo criticamente sobre a diversidade sociocultural.

Figura 19: Sala de exposição em uso, 2017

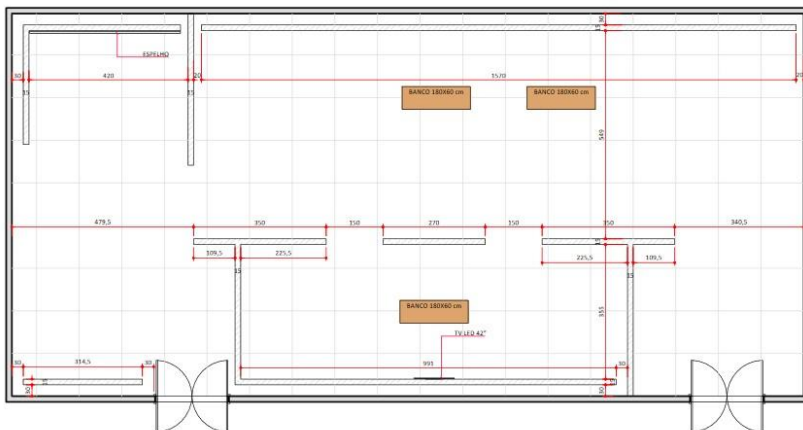


Fonte: Arquivo da autora.

Após as visitas ao local, deu-se o início do planejamento e organização do espaço expositivo. A exposição além das fotografias deve abrigar um espaço audiovisual, de apoio, onde alguns vídeos serão transmitidos. Os vídeos escolhidos são vídeos de campanhas de empoderamento feminino, bem como vídeos tratando da beleza de forma diversa e plural. São esses vídeos: “A mulata que nunca chegou – TEDx Nátaly Neri”, “Dove – Você é mais bonita do que pensa” e “Dove – escolha bonita”.

Também idealizou-se trazer um grande espelho à exposição, já que essa tem como meta fazer com que as mulheres, ao visitar a exposição, saiam dali sabendo que também são bonitas.

Figura 20: Geração de alternativas - Planta baixa da Exposição



Fonte: Desenvolvida pela autora

Após a definição final da planta baixa são feitos os modelos tridimensionais através de *software*. Através deles é possível ter uma ideia bastante próxima de como será realizada a exposição.

### 3.3 ELEMENTOS VISUAIS

A identidade visual da exposição (Figura 21), retrata a diversidade de mulheres deixadas de lado, dentro do contexto atual quando falamos de beleza. Seu desenho foi baseado nas ilustrações de enciclopédias femininas da década de 50.

Figura 21: Identidade visual



Fonte: Desenvolvida pela autora.

Espera-se que o público feminino se sinta representado e reconheça-se como parte da exposição.

A paleta de cores (Figura 17) escolhida para esse projeto teve início com a seleção do vermelho, escolhido por ser uma cor forte, relativa à mulher e que representa coragem. É também a cor do amor. Escolhido o tom, foram feitos testes e optou-se por mais uma cor forte, adjacente para a harmonização com o vinho. Foi escolhido então, o roxo. Essas duas cores foram determinadas dominantes.

Figura 22: Paleta de cores



Fonte: Desenvolvida pela autora.

Devido a aplicação configurar-se majoritariamente aos meios impressos (plotagem) e ansiando atingir um grande público, há a necessidade do contraste para o texto, já que falta dele, pode resultar em uma barreira para a leitura, especialmente das pessoas com baixa visão. Deve-se evitar más combinações, como por exemplo, o texto azul sobre uma tela roxa. Outro problema aparece nas imagens de alto-contraste, como figuras ou texto em amarelo num fundo preto, que podem causar fadiga visual. Dito isso, escolheu-se trabalhar com um preto enriquecido especialmente de magenta (C: 0, M: 28, Y:4, K: 90) e por uma cor bastante clara, mas que não o branco puro (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), devido ao alto-contraste, para isso, utilizou-se brancos levemente coloridos; C: 0, M: 2, Y: 1, Y: 7; e C: 0, M: 9, Y: 9, K: 4.

As fontes escolhidas foram a Bodoni, para títulos e a Futura, para textos. Ambas as fontes são bastante legíveis e limpas de detalhes, o que facilita a leitura.

### 3.4 COMUNICAÇÃO

Aqui são apresentados o título, os textos setoriais e as mídias que farão parte da mostra e serão apresentadas ao visitante.

A exposição, nomeada Outras Mulheres conta com três painéis de texto, sendo eles: apresentação, abertura e ficha técnica.

#### **Apresentação:**

“Todos os dias, somos bombardeados com dezenas de imagens de corpos femininos muito distantes da realidade da maioria das mulheres. A partir disso e com o objetivo de desconstruir essa visão errônea e excludente de beleza, além de incentivar uma reflexão sadia sobre o assunto, é que a exposição Outras

Mulheres foi pensada. Nessa exibição temporária você é convidada não somente a conhecer belas mulheres, bem como a reconhecer-se uma bela mulher e compreender que “beleza” não é um conceito pronto, e sim uma “obra aberta”.”

Figura 23: Texto aplicado ao painel de apresentação



Fonte: Desenvolvido pela autora.

### **Abertura:**

“Essa exposição está dividida em dois momentos. No primeiro momento você irá reconhecer a beleza particular de cada mulher e a romper com os diversos estereótipos habitualmente nos impostos. Através de uma experiência fotográfica fica evidente a diversidade feminina e a paulatina aceitação corporal, que tanto preocupa esse público.

Já no segundo momento, uma bela mulher lhe aguarda.”

Figura 24: Texto aplicado ao painel de abertura



Fonte: Desenvolvido pela autora.

## Outros:

Figura 25: Ficha técnica



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 26: Painel para o espelho

**VOCÊ É BONITA.**

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Fazem parte da exposição também as etiquetas onde são expostos os nomes das artistas que clicaram as obras, bem como o ano e título das fotografias.

Figura 27: Etiqueta



Fonte: Desenvolvido pela autora.

### 3.4 CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO

A seguir, seguem os modelos tridimensionais da exposição, realizados através do programa *SketchUp*.



Figura 28: Modelo tridimensional (maquete), apresentação da exposição



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 29: Maquete, abertura da exposição e início da Mostra



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 30: Maquete, visão geral da sala



Fonte: Desenvolvida pela autora

Nas primeiras imagens e visão geral da sala é possível ver o primeiro momento da exposição, desde o painel de apresentação, localizado logo na entrada, à exposição em si, sala de projeção e divisão para o segundo momento da exposição.

Figura 31: Maquete, Sala de projeção



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 32: Maquete, segundo momento da Exposição



Fonte: Desenvolvida pela autora

Aqui está representado o espelho, surpresa da exposição fotográfica, onde as visitantes da exposição “Outras Mulheres” se verão como parte da exposição em si. É o momento de conscientização onde as mulheres podem se perceber bonitas também.

Figura 33: Maquete, ficha técnica e saída da exposição



Fonte: Desenvolvida pela autora



#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho, o desenvolvimento de um projeto de exposição intitulado Outras Mulheres foi realizado com o objetivo de ser uma ferramenta na desconstrução dos padrões de beleza contemporâneos e enfraquecimento dos estereótipos irreais ao qual, como mulheres, somos julgadas. A relevância dos temas aqui tratados confirma-se diariamente na vida de todas as mulheres, seja através dos julgamentos da sociedade, das referências e exigências da mídia ou da nossa própria consciência, onde uma ideia de beleza uniformizada e quase inalcançável já foi instaurada. A exposição em si, tem por finalidade apresentar estas inúmeras mulheres, cada qual com suas belezas, ao passo que toda mulher ao visitar a exposição, reconheça a beleza como única e presente em todas as mulheres, inclusive em si própria.

Esse estudo foi o primeiro passo dessa ação de emponderamento através da beleza. Nesse projeto foram apresentados a conceituação e contexto onde o projeto está inserido, sua ideação e o projeto de design em si, com a concepção da identidade visual e do espaço expográfico.

Como projeto de conclusão de curso, houveram algumas dificuldades na execução desse trabalho. Alguns exemplos foram a definição de beleza, devido a amplitude do conceito e de suas definições muito tênues; e a questão financeira, para que a exposição saia do mundo virtual, dificuldade esse que logo deve ser enfrentada. Outras Mulheres busca agora concretizar-se como exposição real.



## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Denise Castilhos de; LEORATTO, Daniele. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, v. 35, n. 3, p.717-739, set. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbce/v35n3/14.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2017.

BATALINI, Beatriz Rodrigues, et al. **A Influência da mídia nos padrões de beleza atuais**. 2013. 9 f. Étic - Encontro de Iniciação Científica, Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo - Unitoledo, Presidente Prudente, 2013. Disponível em: <<http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/ETIC/article/viewFile/3307/3058>>. Acesso em: 10 maio 2017.

BORBA, Francisco da Silva et al (Org.). **Dicionário UNESP do Português Contemporâneo**. São Paulo: Editora Unesp, 2004. 1470 p.

CASSIMIRO, Érica Silva; GALDINO, Francisco Flávio Sales; SÁ, Geraldo Mateus de. As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: da Grécia Antiga à contemporaneidade. **Μετόνοια: Primeiros escritos em Filosofia**, São João del-Rei, v. 14, p.61-79, dez. 2012. Disponível em: <[http://www.ufsj.edu.br/revistalable/numero\\_14\\_\\_ano\\_2012.php](http://www.ufsj.edu.br/revistalable/numero_14__ano_2012.php)>. Acesso em: 22 abr. 2017.

CHAGAS, Mário; NASCIMENTO JUNIOR, José do (Org.). **Subsídios para a criação de Museus Municipais**. Rio de Janeiro: Istério da Cultura - Instituto Brasileiro de Museus e Centros Culturais, 2009. 40 p.

COSSIO, G.; CATTANI, A., Design de exposição e experiência estética no museu contemporâneo. In: **Anais do 2º Seminário Internacional de Museografia e Arquitetura de Museus: identidades e comunicação**. Rio de Janeiro: UFRJ FAU/PROARQ, 2010

CUNHA, Marcelo Bernardo da. A Exposição Museológica Como Estratégia Comunicacional: o tratamento museológico da herança patrimonial. **Revista Magistro**, Lisboa, v. 1, n. 1, p.109-120, dez. 2010.

DEAN, David. **Museum Exhibition: Theory and Practice**. 2. ed. Londres: Editora Routledge, 1996. 177 p.

ECO, Umberto (Org.). **História da Feiura**. Editora Record, 2007. 454 p.

GARCIA, Cláudia. Anos 50: A Época da Feminilidade. In: **Almanaque da Folha**. São Paulo: Uol Portal, 2002. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50.htm>>. Acesso em: 11 maio 2017.

GONÇALVES FILHO, Antônio. Umberto Eco: o belo, o feio e uma obra aberta para desafiar os leitores. **O Estadão**. São Paulo. 20 fev. 2016.

Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,umberto-eco-o-belo--ofeio-e-uma-obra-aberta-para-desafiar-os-leitores,10000017356>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

KOWALSKI, Marizabel; FERREIRA, Maria Beatriz Rocha. Estética, corpo e cultura. **Conexões: Revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP**, Campinas, v. 5, n. 2, p.89-112, dez. 2007. Trimestral. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/issue/view/513/showToc>>. Acesso em: 26 maio. 2017.

LIMA, Grazielle. Afinal, o que é ser belo? **Obvious Mag**, Sorocaba. 2016. Disponível em: <[http://obviousmag.org/grazielle\\_lima/2016/afinal-oque-e-ser-belo.html](http://obviousmag.org/grazielle_lima/2016/afinal-oque-e-ser-belo.html)>. Acesso em: 20 abr. 2017.

LUCIO, Carlos Frederico. Case: A verdade sobre a beleza – um relatório global. **Revista da ESPM**. p. 124-134. mar/abr. 2007. Disponível em: <<file:///C:/Users/raque/AppData/Local/Temp/dove%20sim.pdf>>. Acesso em: 26 set. 2017.

NATHAN, Fernand (Org.). **Enciclopédia da Mulher**. Porto Alegre: Editora Globo, 1963. 336 p.

NUNES, Amanda. A ditadura do corpo perfeito. **Pragmatismo Político**, São Paulo, mar. 2014. Disponível em: <<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2014/03/ditadura-corpoperfeito.html>>. Acesso em: 08 maio 2017.



QUEIROZ, Leila Lemgruber. **A atuação do Design no cenário da (in)sustentabilidade**. 2009. 195 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2009.

Disponível em: <[https://www.maxwell.vrac.pucRio.br/13637/13637\\_7.PDF](https://www.maxwell.vrac.pucRio.br/13637/13637_7.PDF)>. Acesso em: 02 abr. 2017.

ROLNIK, Suely. **Inconsciente Antropofágico**. Texto apresentado no Colóquio Encontros Internacionais Gilles Deleuze. 1ª ed., 1996, Rio de Janeiro. São Paulo: Editora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - Educ, 1996. p. 14 - 25.

SANTOS, Cristina. A corporeidade feminina na publicidade: algumas reflexões sobre representações normativas. **Revista Estudos em Comunicação**, Covilhã, v. 23, n. 2, p.223-250, dez. 2016. Semestral. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/23/pdf/ec-23.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2017.

SUENAGA, Camila; LISBOA, Daiane Carla. **Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética**. 2012. 18 f. TCC (Graduação) - Curso de Curso de Cosmetologia e Estética, Universidade do Vale do Itajaí - Univali, 2012. Disponível em: <[http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila\\_Suenaga,\\_Daiane\\_Lisboa.pdf](http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila_Suenaga,_Daiane_Lisboa.pdf)>. Acesso em: 08 maio 2017.

VICENTE, Marjorie. Machismo e Preconceito. **Estilo: Uol Portal**, São Paulo, 10 out. 2013. Disponível em: <<https://estilo.uol.com.br/comportamento/noticias/redacao/2013/10/10/machismo-e-preconceito.htm>>. Acesso em: 06 maio 2017.

VIEIRA, Helena Isabel Almeida. **Exposições: Formas de comunicar e educar em museus**. 2009. 109 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História e Patrimônio, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2009. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/20314/2/mesthelenavieiraexposicoes000085019.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2017.