

## DO EMBELEZAMENTO À “BELEZA FEIA”

DOI: <https://doi.org/10.33871/23580437.2022.9.2.160-172>

Rogério Tubias Schraiber <sup>1</sup>  
Reinilda de Fátima Berguenmayer Minuzzi <sup>2</sup>

### RESUMO

Neste estudo apresenta-se um processo de criação sobre autorretrato a partir da *selfie*, desenvolvido em um programa de pós-graduação em artes visuais em nível de doutorado. Objetiva-se discutir a transfiguração do rosto por meio de uma subversão do embelezamento facial com máscara de argila e efeitos de aplicativos de edição de *selfie*. A pesquisa está embasada no conceito de ‘embelezamento’, de Danto (2015), e a abordagem metodológica segue as três dimensões propostas por Rey (2002), resultando em autorretratos que exibem um rosto transfigurado, disforme, em decorrência do modo operatório utilizado. Isso permitiu concluir que a criação de uma subversão do embelezamento convencional revela uma “beleza feia” que diz mais sobre a transfiguração do rosto como conteúdo conceitual e contribui para pensar a beleza volátil das inúmeras *selfies* postadas, cotidianamente, nas redes sociais como potência criativa na realização do autorretrato inserido no contexto da arte contemporânea e em diálogo com as tecnologias atuais.

**Palavras-chave:** Embelezamento; Beleza Feia; *Selfie*; Autorretrato; Transfiguração.

## FROM BEAUTIFICATION TO “UGLY BEAUTY”

### ABSTRACT

This study presents a process of creating a self-portrait based on the selfie, developed PhD in visual arts. The objective is to discuss the transfiguration of the face through a subversion of facial beautification with clay mask and effects of selfie editing applications. The research is based on the concept of 'beautification', by Danto (2015), and the methodological approach follows the three

---

1 Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Graduado em Artes Visuais - Licenciatura e Bacharelado/Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ); Mestre em Artes Visuais; doutorando no Programa de Pós-graduação em Artes Visuais da UFSM - linha de pesquisa Arte e Tecnologia; foi professor substituto no Departamento de Artes Visuais da UFSM; participante do Grupo de Pesquisa Arte e Design CNPq-UFSM. Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2664305506336490>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6618-4530>. E-mail: [rgarti@gmail.com](mailto:rgarti@gmail.com)

2 Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Graduada em Artes Visuais/Desenho e Plástica - Bacharelado/UFSM; Graduada em Design/Comunicação Visual - Bacharelado/UFSM; Mestre e Doutora em Engenharia de Produção/Gestão do Design pela Universidade Federal de Santa Catarina; professora associada do Departamento de Artes Visuais da UFSM; Líder do Grupo de Pesquisa Arte e Design CNPq-UFSM. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1234650265478193>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0490-1258>. E-mail: [reinilda.minuzzi@ufsm.com](mailto:reinilda.minuzzi@ufsm.com)

dimensions proposed by Rey (2002), resulting in self-portraits that show a transfigured, misshapen face, as a result of the operating mode used. This allowed us to conclude that the creation of a subversion of conventional beautification reveals an “ugly beauty” that says more about the transfiguration of the face as a conceptual content and contributes to thinking about the volatile beauty of the countless selfies posted, daily, on social networks as a creative power in realization of the self-portrait inserted in the context of contemporary art and in dialogue with current technologies.

**Keywords:** Beautification; Ugly Beauty; Selfie; Self-Portrait; Transfiguration.

## DEL EMBELLECIMIENTO A LA “BELLEZA FEA”

### RESUMEN

Este estudio presenta un proceso de creación de un autorretrato a partir de la selfie, desarrollado en un programa de posgrado en artes visuales a nivel de doctorado. El objetivo es discutir la transfiguración del rostro a través de una subversión del embellecimiento facial con máscara de arcilla y efectos de aplicaciones de edición de selfies. La investigación se basa en el concepto de 'embellecimiento', de Danto (2015), y el enfoque metodológico sigue las tres dimensiones propuestas por Rey (2002), resultando en autorretratos que muestran un rostro transfigurado, deforme, como resultado de el modo de funcionamiento utilizado. Esto nos permitió concluir que la creación de una subversión del embellecimiento convencional revela una “belleza fea” que dice más sobre la transfiguración del rostro como contenido conceptual y contribuye a pensar en la belleza volátil de los innumerables selfies publicados, diariamente, en las redes sociales como poder creativo en la realización del autorretrato insertado en el contexto del arte contemporáneo y en diálogo con las tecnologías actuales.

**Palabras Clave:** Embellecimiento; Belleza Fea; *Selfie*; Auto Retrato; Transfiguración.

### Introdução

A preocupação com a beleza se encontra nas mais diversas situações cotidianas de modo que, quando não vemos beleza em algo, procuramos um meio de embelezá-lo. O embelezamento é um procedimento que visa tornar pessoas, ou coisas, mais belas por meio de ações que possuem o propósito de atribuir beleza, de ornamentar ou enfeitar. Danto (2015) discute a existência de uma psicologia da estética cotidiana que considera as preferências estéticas das coisas que consumimos e usamos diariamente, como a escolha da roupa a ser vestida até qual fruta escolher entre tantas no momento da compra. Nessa psicologia também se incluem os cosméticos, com a função de tornar as pessoas mais atraentes e bonitas.

Alguns artistas, ao longo da História da Arte, fizeram uso do embelezamento em suas obras, embora pudessem não estar cientes acerca desse conceito. É logo na especificidade da obra de arte que Danto (2015) se pergunta se o embelezamento é posto no sentido de tornar as obras mais atraentes aos consumidores, ou se a estética assume um papel mais importante dentro do que a arte significa. Até o século XIX a beleza era a única qualidade artística valorizada, tanto por artistas como por pensadores, mas começa a perder a sua magnitude no século XX, quando se percebeu que “a ideia de beleza afigurava-se como vazia do ponto de vista cognitivo, e isso, em parte, contribuiu para a vacuidade da estética, que se fiava de maneira tão decisiva na beleza” (DANTO, 2015, p. 8). Mediante isso, desde o início do século XX, a arte se desobriga da beleza e inclui outros valores, como a feiura, o grotesco, o nojento e o bizarro, que se tornam tão potencialmente criativos e capazes de construir uma estética diferenciada, propondo novos sentidos dentro do que se convencionou chamar de arte contemporânea.

Mas onde fica o embelezamento nisso? Na estética da arte contemporânea, onde o feio e a ironia têm vez, o embelezamento torna-se um meio pelo qual é possível uma subversão do seu procedimento convencional. Nesta pesquisa coloco esse conceito como uma ironia a ele próprio, criando sentido a uma série de autorretratos desenvolvidos a partir de *selfies* realizadas durante aplicações de máscara de argila, produto de cosmética natural que visa manter a aparência bela da face. Uso distorcida e extrapoladamente um produto de embelezamento para criar um ‘não-embelezamento’ que resulta em uma beleza que é a da qualidade artística, da produção de sentido cognitivo e da inovação na apresentação do autorretrato. Isso satiriza a beleza volátil de inúmeras *selfies* publicadas nas redes sociais, as quais sempre mostram o melhor ângulo e a máxima beleza da pessoa auto fotografada. O objetivo é atingir criar uma transfiguração do rosto por meio da subversão dos procedimentos de embelezamento facial e de efeitos de aplicativos de edição de *selfie*.

A pesquisa embasa-se em Danto (2015), compondo o referencial teórico sobre os temas feiura, embelezamento e beleza, enquanto o procedimento metodológico do processo criativo segue as três dimensões de Rey (2002). A série de autorretratos realizados exibem rostos transfigurados e disformes em decorrência dos modos operatórios empregados no decorrer do processo. Esses autorretratos permitiram compreender que a subversão do procedimento convencional do embelezamento é capaz de revelar uma “beleza feia”, disforme e improvável. Essa beleza trata da transfiguração como um conteúdo conceitual que contribui para pensar a beleza volátil do fenômeno das *selfies* como potência criativa no desenvolvimento do autorretrato inserido no contexto da arte contemporânea e em diálogo com as tecnologias digitais atuais. A feiura, o embelezamento e a beleza são a base para essa transfiguração.

## **A feiura**

Ao longo da História da Arte a feiura vem sendo abordada por muitos artistas que conseguem ver nela uma beleza específica. Quase todas as teorias estéticas, desde a Grécia antiga até hoje, reconhecem que “qualquer forma de feiura pode ser redimida por uma reapresentação artística, fiel e eficaz” (ECO, 2007, p. 20). O feio continua sendo feio, mas o modo como é apresentado na obra é o que faz emergir a sua beleza, é quando a arte mostra sua capacidade de criar beleza a partir de coisas feias, ou repulsivas, em função do conteúdo cognitivo ou da intenção de criação de consciência que a obra pretende no espectador. O feio artístico torna-se um feio formal em uma estética inquietante (ECO, 2007) de modo que, raramente, a beleza é a questão central na arte contemporânea e, para descobrir qual seria o seu papel, é necessário descartar a ideia de que a boa arte é categoricamente bela e buscar reconhecer de que modo ela é bela (DANTO, 2015). Muitas vezes, a obra pode ser bela justo por ser repulsiva ou grotesca, assim como ocorreu no Dadaísmo que se contrapunha à arte bela no momento em que os artistas dessa vanguarda perceberam uma forma de beleza no bizarro.

Para Eco (2007, p. 379) “o feio da vanguarda foi aceito como modelo de beleza e deu origem a um novo circuito comercial”, fazendo que fossem reconhecidas como belas obras que antes horrorizavam. Os conceitos de beleza e de feiura são relativos às diferentes culturas e épocas, sendo conectados com seus respectivos conhecimentos e modos de pensar, podendo o inaceitável do passado ser aceito no futuro, de modo que aquilo visto como feio pode contribuir à beleza do conjunto (ECO, 2007). Danto (2015, p. 64) vê “a descoberta de que algo pode ser boa arte sem ser belo como um dos grandes esclarecimentos conceituais proporcionados pela filosofia da arte do século XX, embora essa descoberta tenha sido feita exclusivamente por artistas” como, por exemplo, os dadaístas. A estética estava intimamente imbricada com a beleza, mas a arte acabou se libertando dela a partir de artistas que romperam com os cânones. Para Danto (2015), o Dadaísmo, além de retirar a beleza da definição de arte, provando que algo pode ser arte sem ser belo, percebeu que a arte sempre possuiu muitas possibilidades estéticas e que era um equívoco acreditar que houvesse apenas a beleza como única.

Como exemplo de uma obra que parte de algo feio, fazendo resultar em uma beleza artística de grande significado, é a pintura *Os retirantes* (1944) de Cândido Portinari (Figura 1). Essa pintura mostra a miséria e o sofrimento de pessoas que migram do interior do país para grandes centros em busca de melhores condições de vida, sendo um tema que não possui nada de belo dentro do contexto social brasileiro, mas o modo como é apresentado na obra, com seus personagens maltrapilhos e deformados pela fome, possui grande beleza ao chamar atenção para um problema social de tamanha relevância. Outro exemplo, fica a cargo dos retratos de Francis Bacon (Figura 2), com seus rostos completamente deformados e, por isso, feios, mas cuja beleza está, justamente, na maneira singular como apresenta essa deformação.



Figura 1 - *Os Retirantes*, 1944. Pintura.  
 Autor: Cândido Portinari. Fonte:  
<https://masp.org.br/busca?search=retirantes>



Figura 2 - *Três estudos para um retrato*, 1968 c.  
 Pintura. Autor: Francis Bacon. Fonte:  
<https://www.pinterest.pt/pin/594756694520367658/>

No gênero autorretrato, na arte contemporânea, há vários artistas trabalhando o feio de maneiras bastante inusitadas em função das possibilidades dadas pela fotografia, mais precisamente pela *selfie*, e pelas tecnologias atuais também aliadas a procedimentos e técnicas convencionais. Cindy Sherman (Figura 3) é uma artista que utiliza o *Instagram*, onde posta *selfies* nas quais subverte e ridiculariza os efeitos de embelezamento de aplicativos destinados à edição de *selfie*, criticando padrões de beleza tidos como estereótipos femininos. O que faz é, na verdade, o contrário das diversas *selfies* que, cotidianamente, são postadas no intuito de mostrar a máxima beleza do rosto com a ajuda dos recursos de embelezamento desses aplicativos para se alinhar a uma beleza de consumo, imposta por um padrão dominante. Sherman descobriu isso ao exagerar nas suas *selfies*, fazendo-nos refletir sobre o consumo provocado pela rede que transborda em imagens publicitárias (TOREZANI, 2020). A artista vê no estereótipo da *selfie* e na beleza padronizada uma potência criativa com a qual cria, ironicamente, a sua resposta satirizada a essa beleza.

O fotógrafo Wes Namam (Figura 4) retrata pessoas com seus rostos distorcidos por amarrações feitas com elástico ou fita adesiva. O resultado são rostos completamente disformes, estranhos e com expressões variadas. São fotografias cuja beleza se encontra no detalhado trabalho de composição das amarraduras, de modo que o rosto se fragmenta em partes que parecem escapar por entre os elásticos. Daniel Martin (Figura 5) compõe retratos que parecem danificados após a pintura, violando a

aparência e a identidade da pessoa retratada, dando espaço à deformidade, à deficiência e à curiosidade em identificar a fisionomia anônima do retrato. Alguns borrões e a ausência de alguns órgãos do rosto parecem torná-lo vazio ao mesmo tempo que prendem o olhar do espectador.

Esses são exemplos de artistas que fazem uma distorção do embelezamento, ou da beleza, como modo de criar uma espécie de “beleza feia” em suas obras.



Figura 3 - *Selfie*, 2017.  
Autora: Cindy Sherman  
Fonte:  
<http://www.somewhere-magazine.com/cindy-shermans-art-of-selfie/>



Figura 4 - *Sem título*, 2013.  
Autor: Wes Naman. Fonte:  
<https://www.hypeness.com.br/1/2013/06/WesNaman7.jpg>



Figura 5 - *Max*, 2017.  
Autor: Daniel Martin. Fonte:  
<https://www.saatchiart.com/art/Painting-Max-SOLD/700636/1989678/view>

A arte contemporânea aliada às tecnologias, aos novos recursos, aos novos hábitos e comportamentos da vida cotidiana, ampliou o campo de manifestação do feio e do estranho na arte e mostrou o quanto são atraentes e sedutores. Eco (2007, p. 19) cita diversos adjetivos para o feio, sendo os de “repelente, horrendo, asqueroso, desagradável, grotesco, abominável, vomitante, odioso, indecente, horrível, hórrido, horripilante, nojento, assustador, aflitivo, nauseabundo, fétido, apavorante, ignóbil, desgraçoso, desprezível, pesado, indecente, deformado, disforme, desfigurado”. O belo, embora também possa ter diversos adjetivos, sempre resulta em sensação aprazível diante do que se observa, o que é diferente do feio com cada um de seus sinônimos proporcionando sentimentos e reações diversas como, por exemplo, “de nojo, se não de violenta repulsa, horror ou susto” (ECO, 2007, p. 19). Danto (2015, p. 90) ainda salienta que “parte da herança do Dadaísmo tem sido a desconfiança em relação à beleza, pelo menos na arte. Se a beleza não chegou a ser plenamente odiada, pelo menos houve uma atitude extrema: é melhor a arte ser repulsiva do que ser bela”.

No contemporâneo, Danto (2015) afirma que há uma nova apreciação das possibilidades estéticas de modo que a beleza seria uma qualidade estética quando a arte é bela, pois a arte possui vários outros valores compensatórios, como o nojento, o ultraje, o irônico, o cômico, o bizarro ou estranho, entre outros. Para o respectivo autor é importante reconhecer que uma obra pode continuar sendo vista como feia, mesmo depois de vermos a sua “excelência artística”, pois o reconhecimento disso não precisa acarretar transformação na percepção estética. Suas palavras são as seguintes:

O feio não se torna belo só porque a arte feia é boa. [...] a excelência artística está relacionada com o que se supõe que a arte faça [...] se ela faz os espectadores perceberem injustiças onde antes eles não viam nada ou eram indiferentes [...], ela é

artisticamente excelente. [...] Ver o mundo como um cenário de injustiça é *ipso facto* ser estimulado a mudá-lo (DANTO, 2015, p. 124, grifo do autor).

Mediante isso, vemos que a arte do feio tem uma função, para além do aspecto estético, relacionada à conscientização acerca de algum problema social. Como problemas sociais não combinam com beleza, em função da sua gravidade, é a feiura presente na obra que tem a potência de despertar a consciência e o desejo de mudança mediante as injustiças, tornando-se, assim, obra de excelência artística. Nesse caso o embelezamento não se adequa à proposta da obra, pois esse conceito está voltado para situações em que a arte precisa ser bela, ou quando o assume como conteúdo conceitual da obra ou quando as preferências cotidianas solicitam pela beleza do chamado Terceiro Reino.

### **Embelezamento: A Beleza do Terceiro Reino**

Um terceiro reino estético foi identificado por Hegel e está fortemente conectado com a vida e com a felicidade, sendo coextensivo com a maioria dos modos de vida (DANTO, 2015, p. 72), de forma que a beleza e a arte permeiam todas as tarefas da vida e adornam brilhantemente tudo o que nos cerca, interna ou externamente. No chamado Terceiro Reino as coisas são belas porque foram embelezadas por meio de ações cujo propósito é embelezar, sendo a aparência modificada, mas essa modificação não penetra naquilo que é, permanece apenas em volta. A beleza de alguém “tem a profundidade da pele” (DANTO, 2015, p. 78), seja qual for o nível, sendo singular e sua de origem, enquanto o embelezamento é uma beleza fútil adicionada, colocada entorno e, por isso, não penetra na pele porque não é da natureza do ser. O embelezamento envolve tanto a ação de embelezar algo como a de se embelezar, o que o faz diferente tanto da beleza natural quanto da artística.

O embelezamento assemelha-se a um exercício de frivolidade. É como um ornamento que produz um efeito de modo a fazer acreditar que a beleza que uma pessoa possui é dela mesma e não em função de artificios, ficando mais a cargo dos esteticistas e não da estética filosófica. Ademais, “a busca de beleza em termos de aparência pessoal, em contraste, constitui o objetivo de uma grande indústria” (DANTO, 2015, p. 90). Kant (2002, p. 71) parece não concordar com esse tipo de beleza intensificada por considerar um erro comum, e muito prejudicial ao gosto autêntico, supor que a beleza pudesse ser aumentada pelo acréscimo de atrativos para interessar o ânimo, “pois eles estão tão distantes de contribuir para a beleza, que, enquanto estranhos, somente tem que ser admitidos com indulgência, na medida em que não perturbam aquela forma bela quando o gosto é ainda fraco e não exercitado”. Desse modo, atrativos que aumentariam a beleza, na verdade, não o fazem, a não ser como um meio de indulgência, enquanto o gosto ainda está fora do alcance da sua compreensão, não interferindo na real beleza.

No entanto, a vida é de fato vivida no Terceiro Reino, pois essa beleza é a que mais assume relevância na vida das pessoas, sendo como um realce que, ao embelezar, proporciona felicidade e prazer pela vida. Como exemplo, o uso de joias, maquiagens, roupas elegantes, penteados, cosméticos, decoração de interiores e coisas do gênero fazem parte desse reino. São meios usados para realçar a beleza e que não condizem a uma beleza natural, mas com uma beleza intensificada. Mediante isso, Danto (2015) considera alguns exemplos de coisas belas, citados por Kant, como casacos e jardins, pertencentes ao Terceiro Reino e não à beleza natural ou à artística, porque visam embelezar pessoas ou ambientes.

Kant (2002, p. 75) considera a beleza livre aquela que “não pressupõe nenhum conceito do que o objeto deva ser. [...] Assim, os desenhos *à la grecque*, a folhagem para molduras ou sobre papel de parede, etc., por si não significam nada; não representam nada, nenhum objeto sob um conceito determinado, e são belezas livres”. É na perspectiva da beleza livre, e sem conceito de Kant, que Hegel considera os objetos do Terceiro Reino, pois esses agradam, assim como as flores e os papéis de parede, livres de qualquer conceito em si mesmos (DANTO, 2015). A arte como embelezamento,

pensada a partir de Hegel, não é de natureza séria, mas de superficialidade, pois o embelezamento pretende despertar mais atração por algo do que despertaria se não fosse embelezado, ou seja, a beleza é usada de modo a termos determinada reação frente ao que vemos (DANTO, 2015). Isso explica porque o embelezamento é comparado à falsificação.

Alguns artistas, ao longo da História da Arte, se utilizaram do embelezamento como um artifício para resolver as suas obras, embora pudessem não dispor de uma consciência mais ampla sobre a especificidade desse conceito. No renascimento, por exemplo, quando artistas se encarregavam de representar fatos que na realidade tinham ocorrido com violência, sangue, ferida e dor, o faziam com uma beleza clássica nada relacionada à realidade do fato quando ocorrido. Por isso o embelezamento assume uma insinuação de falsidade porque disfarça as condições reais do acontecimento.

Kant (2002) já reconhecia que a arte era capaz de representar como belas as coisas feias. Mais tarde, isso fez entender que a fotografia precisava contribuir para a beleza das coisas feias, criando uma beleza artificial, que é justo aquilo que Danto (2015, p. 96) chama de embelezamento e que visa “fazer o pior parecer melhor”, assim como acontece nas fotografias de Robert Mapplethorpe. Nesse segundo exemplo, o artista que fotografa órgão genitais que, embora excitantes, nem sempre são considerados belos, resolveu esse entrave por meio de uma técnica de embelezamento no modo como mostra e fotografa os genitais, jogando com o uso de luzes e sombras. Com isso obteve imagens que são, ao mesmo tempo, excitantes e belas e nas quais a pornografia se funde com uma elegância fotográfica (DANTO, 2015).

Em ambos os casos, o embelezamento se encarregou de ocultar alguma coisa que, em princípio não era bela, em função da produção de uma beleza a ser exibida na obra. Em uma terceira situação, as *selfies* são bons exemplos que fazem do pior o melhor. A socialite norte-americana Kim Kardashian (Figura 6) ficou muito conhecida pela sua infinidade de *selfies* a ponto de lançar um livro, intitulado *Selfish*, com 350 páginas de fotos suas. As *selfies* de Kim mantêm sempre o mesmo estilo e pouca variação de posição, no intuito de mostrar seu rosto sempre na melhor angulação. Há uma equipe que a auxilia na produção dessas *selfies*, para as quais desenvolveu um procedimento de maquiagem que inclui um contorno bem valorizado do rosto com iluminador, sobrancelhas bem delineadas e cílios grandes. O resultado é uma intensificação da beleza da aparência.



Figura 6 - *Selfie de manhã cedo*, 2020. Autora: Kim Kardashian

Fonte: <https://twitter.com/kardashibrasil/status/1235770789191987201?lang=ga>

O rosto de Kim coloca-se como sinônimo de perfeição e isso é o que gera *likes* e desperta o desejo de consumo por um rosto assim, tanto que, além do livro, também lançou um curso que ensina as suas técnicas de maquiagem, do qual faz parte um kit com os produtos e instrumentos que utiliza. Esse kit deve ser comprado (a um preço bem significativo) por quem deseja cursá-lo. Kim se aproveita da sua

beleza intensificada como uma isca para atrair o desejo de consumo porque sabe que muitas pessoas estão preocupadas com a aparência e que a beleza se trata “de uma condição necessária para a vida como a queremos” (DANTO, 2015, p. 187), pois tanto a felicidade como a infelicidade estão relacionadas com nossa aparência (DANTO, 2015). A beleza é, nesse caso, apresentada como uma mercadoria que pode ser consumida, não importando o grau da beleza natural das pessoas.

Como explica Han (2019, p. 65), “aparência bela é frágil e está em risco”, sendo ““perturbada [...] por seu *outro*, pelo *horrrível*”, o que justifica o fato de tantas pessoas se submeterem ao consumo de beleza. Mas, além do horrível, há um outro *outro* que exerce muita influência nos cuidados com a aparência e está situado no modo como queremos ser vistos. Como afirma Danto (2015, p. 79) “olhamo-nos no espelho não apenas para ver nossa aparência, mas também para ver como esperamos que os outros nos vejam, e, [...] tentamos mudar nossa aparência a fim de que os outros possam nos ver da forma como desejamos”. São esses *outros* que exercem vigilância e domínio sobre que tipo de cuidados adotamos com base no embelezamento da aparência e isso reflete nas inúmeras selfies postadas nas redes sociais.

Por outro lado, o embelezamento pode ter um peso simbólico que, se utilizado apenas em função da aparência, seu significado pode ser desvirtuado. Como exemplo, se os cachos de cabelo de um judeu chassídico fossem assumidos apenas como um penteado, não teriam, para quem os veem apenas como moda, nenhum significado, simbologia ou expressão com o compromisso para com um modo de vida que os judeus chassídicos vivenciam. Mediante isso, pode não existir cosmético sem algum significado simbólico (DANTO, 2015).

No processo criativo descrito a seguir, o embelezamento, a partir de um cosmético natural, é o conceito que atribuí significado a uma “beleza feia”, apresentada como uma subversão irônica a ele próprio. Essa subversão é o que transfigura o autorretrato e resulta em uma beleza improvável que se refere ao modo como o feio se apresenta na obra como conteúdo conceitual.

### A “beleza feia” como subversão do embelezamento: metodologia e processo

O modo operacional do processo criativo está estruturado nas três dimensões de Rey (2002), sendo a *dimensão abstrata*, com desenvolvimento de ideias, esboços, anotações e planejamento de pequenos projetos; a *dimensão prática*, com desenvolvimento de procedimentos, manipulações técnicas ou operacionais e interfaces com tecnologias atuais; e a *dimensão da obra em processo*, que se conecta com o conhecimento. Logo, o procedimento metodológico ficou assim organizado:

- Na *dimensão abstrata* realizei *selfies* com o rosto coberto por camadas de máscara de argila, com as quais fiz algumas composições sobrepondo várias dessas *selfies* (Figura 7). O aspecto transfigurado da imagem obtida potencializou o andamento do processo com base na transfiguração do rosto. A inclusão dessa máscara veio do fato de usá-la já há algum tempo, o que me levou ao conhecimento do conceito de embelezamento.
- Na *dimensão prática*: subverti ironicamente o embelezamento facial ao aplicar a máscara de argila de maneira extrapolada, o que foi dividido em três momentos:
  - 1) A realização de sessões de *selfies*, registrando o processo de aplicação da máscara, às vezes misturada com tinta. Ao aplicar a argila, faço as *selfies* a cada momento, realizando diferentes expressões faciais, até o rosto cobrir-se por completamente. Por vezes, incluo algum objeto de embelezamento na cabeça, como chapéus ou flores. Nesse momento já observava e refletia sobre a beleza volátil das *selfies* nas redes sociais como potência criativa na elaboração de uma subversão dessa beleza.
  - 2) A escolha de combinações de *selfies* para compor o autorretrato em um aplicativo de edição de *selfie*, utilizando o recurso de sobreposição com transparência, o que intensifica



a transfiguração da imagem do rosto que, por sua vez, emerge uma “beleza feia”. É o feio sendo apresentado como belo.

- 3) Para finalizar, em outro *software*, aplico efeitos de iluminação, brilho, contraste, tamanho, cor e vivacidade, entre outros, estando o autorretrato pronto para impressão (Figuras 8, 9 e 10).



Figura 7 - *Estudos para autorretrato*, 2021. Digital.  
24cm X45cm  
Autor Rogério T. Schraiber,  
Fonte: Arquivo do autor.

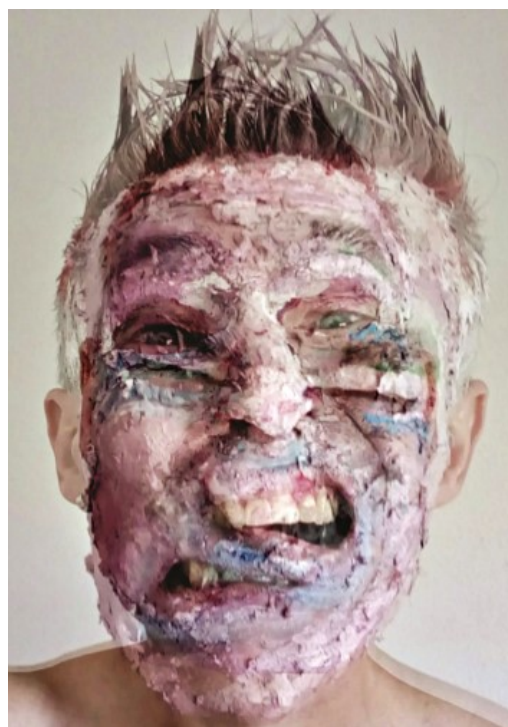


Figura 8 - *Autorretrato finalizado*, 2022.  
Digital, 30cm X 40cm  
Autor Rogério T. Schraiber,  
Fonte: Arquivo do autor.



Figura 9 – Autorretrato, 2022. Digital, 30cm X 40cm.

Autor Rogério T. Schraiber,  
Fonte: Arquivo do autor.



Figura 10 – Autorretrato, 2022. Digital, 30cm X 40cm.

Autor Rogério T. Schraiber,  
Fonte: Arquivo do autor.

- Na *dimensão da obra em processo*: realizei estudos e leituras, estabelecendo relações entre o processo de criação e os conceitos e teorias dos autores embaixadores da pesquisa, além de conexões com obras de Cindy Sherman, Francis Bacon e Daniel Martins, que ajudaram a criar uma singularidade nos autorretratos. Essa singularidade “se manifesta através de um conjunto de princípios estéticos, preferências, gostos e valores” que “direciona a criação, primeiro por meio das escolhas (...) e, depois, nas metamorfoses, combinações e modos de fazer singulares” (QUILICI, 2022, p. 111-112). A singularidade é criada observando a diversidade que já existe.

Essas etapas foram responsáveis pelo surgimento da transfiguração e do disforme, cuja “beleza feia” resultante provoca uma subversão do embelezamento convencional, o que se coloca como questão filosófica e conceitual interna ao autorretrato. Quando utilizo a máscara de argila subverto a possível beleza da ação do embelezamento com o propósito de satirizar a *selfie* perfeita, da qual a beleza volátil é referência que serve de potência criativa para a transfiguração. Assim, recrio um rosto que foge da beleza canônica, que sempre ronda (in)conscientemente o ideal do ‘eu’, mas que é desconstruída na transfiguração do rosto em função dos procedimentos operatórios e metodológicos utilizados no processo.

Acredita-se que o tratamento com máscara de argila melhora a aparência da pele e, até mesmo, retarda o envelhecimento. O que interessa nisso é o momento da aplicação de argila, quando o rosto fica feio e com um aspecto repulsivo. É um momento ‘entre’ onde o rosto transformado se encontra depois do rosto limpo e antes do supostamente mais belo. A “beleza feia” surge no tempo em que perdura a aplicação da argila, das camadas sobrepostas que, pelo excesso, começam a secar e se soltar, das distorcidas expressões faciais diante da câmera do *smartphone*, da sobreposição das selfies e dos efeitos dos aplicativos. Ela está nos “bastidores” do embelezamento.

A “beleza feia” exterioriza um outro ‘eu’, um rosto que faz referência àquilo que não se vê, mas existe e contrasta com a beleza porque está camuflado na transfiguração. A beleza da feiura está na transfiguração da aparência, na confrontação do eu (ego e narcisismo) com o embelezamento subvertido imbricado com as possibilidades da *selfie* e tecnologias atuais. A sobreposição das *selfies* desfigura um elemento que é o mesmo em cada uma delas: o rosto. O outro ‘eu’ é a própria sobreposição de rostos, de tempos e momentos intrínsecos em cada camada de *selfie* sobreposta. É como se cada camada correspondesse a um ‘eu’ que, juntos, se transfiguram em um só. Então, estabeleço relação com os rostos distorcidos, mas ainda figurativos, de Francis Bacon, de Wes Naman e Daniel Martin, os quais exibem uma beleza que se instaura exatamente no disforme, na desfiguração e permitiram compreender a subversão do embelezamento na forma da “beleza feia” como o significado artístico-conceitual da obra.

A subversão do embelezamento acende a reflexão sobre a beleza na arte contemporânea e a mediocridade da beleza imposta como padrão de consumo pelo fenômeno das *selfies*. Como colocado por Danto (2015), a beleza natural possui a profundidade da pele, não deriva de artificios e está impregnada na própria pele, onde a ação dos aplicativos ou da maquiagem não alcança. O embelezamento, posto como uma modificação da aparência, é algo adicionado sobre a pele e, por isso, não a pertence. Aqui, remeto-me às *selfies* de Kim Kardashian que busca uma intensificação da sua beleza por meio de uma maquiagem muito planejada, e às *selfies* de Cindy Sherman pela ideia contrária a de Kim, quando promove uma ironização ao modismo das *selfies* instagramianas, reproduzindo, satiricamente, determinados padrões físicos femininos.

A partir desses referenciais é que fui construindo uma beleza disforme, improvável e transfigurada, aquilo que chamo de “beleza feia”, onde o feio e o grotesco são apresentados de modo belo. Não é a beleza natural que, em maior ou menor grau, existe independentemente da minha vontade, é a beleza artística, aquela que vem da operação do conceito e se materializa no autorretrato. **Uma arte do feio** se fez na máxima transfiguração da beleza volátil das *selfies*, o que contribuiu para pensar e explorar essa beleza como elemento potencializador da criatividade na criação do autorretrato contextualizado com a arte contemporânea, com as tecnologias digitais e com os novos hábitos e comportamentos sociais instaurados em função das redes sociais.

Além disso, o embelezamento ainda assume, sem dúvida, um caráter narcisista por ser voltado a um desejo de beleza contida no si, onde minha identidade se confronta com aquela outra camuflada na transfiguração do rosto. É nessa confrontação onde se acomoda a “beleza feia” como subversão do belo canônico. O desejo por beleza leva ao embelezamento, e meu desafio é entendê-lo como “beleza feia” nesse rosto transfigurado, quando sua ação não possui mais o mero sentido frívolo.

## Considerações Finais

Da máscara de argila ao embelezamento. Do embelezamento à *selfie* como autorretrato. No autorretrato, a subversão do embelezamento como poética irônica da *selfie* perfeita. Nisso recorri à feiura como um valor que transfigura o rosto e agrega significados, assim como a beleza é um valor, mas não o único. A beleza do autorretrato é a “beleza feia”, do grotesco como valor tão rico quanto o belo e que diz mais da transfiguração enquanto conteúdo da obra.

A feiura e o grotesco preparam o caminho para uma possível e desejada beleza, mas que jamais será aquela da origem e da profundidade da pele. O aspecto grotesco exhibe um rosto que só existe em um ‘entre’ de tempo, é um rosto momentâneo situado em um estado de transfiguração que perdura o tempo da aplicação do procedimento de embelezamento. É o momento em que se forja a beleza do Terceiro Reino, quando nos empenhamos em fazer o pior parecer melhor e no qual encontrei a potência criativa para este processo criativo.

Enquanto a beleza do Terceiro Reino é forjada, há um instante de caos em que os produtos e procedimentos de embelezamento são preparados e aplicados. De imediato, não vemos beleza, mas uma desordem, incidentes e sujeiras, elementos necessários para, posteriormente, emergir uma possível beleza, ainda que falseada ou efêmera. É um instante que não aparece aos olhos dos outros porque é uma etapa do trabalho restrita aos “bastidores” do embelezamento, que, no caso desta pesquisa se deu com a aplicação da máscara de argila, mas que poderia muito bem ocorrer com outros produtos com seus respectivos procedimentos de utilização. Mediante isso, entendi e assumi o Terceiro Reino como um instante de caos gerador de potência criativa para a transfiguração no autorretrato.

O autorretrato, como uma sátira aos padrões convencionais de beleza volátil que se repetem em inúmeras *selfies* postadas diariamente nas redes sociais, é dotado de outra beleza que possui origem no propósito da beleza artística como conteúdo conceitual e filosófico embaixador da obra. Há, portanto, uma segunda beleza produzida pelo embelezamento que está escondida nos seus bastidores. É a beleza do disforme, diante do improvável, da transfiguração da aparência e está conectada com o seu sentido cognitivo. A subversão ironizada do embelezamento fútil é o que proporciona essa beleza, a “beleza feia”, mediante a aplicação extrapolada da máscara de argila, ação que não é beleza artística nem beleza livre, mas que subvertida também se desvincula do mero embelezamento.

Quando subvertido, o embelezamento se desvincula do Terceiro Reino porque passa a assumir outra função que não é mais a de embelezar. Desse modo, a subversão tem papel de peso porque faz a transição de um hábito convencional, banal e instituído no cotidiano de muitas pessoas, para a instância de referencial criativo, indicando o inverso de um procedimento que prometeria uma beleza de acordo com algum determinado padrão já estabelecido.

A “beleza feia”, como subversão, tem contribuído para pensar a beleza passageira da infinidade de *selfies* publicadas diariamente, pode-se dizer, de um modo bastante automático, como potência criativa no desenvolvimento do autorretrato, por meio da *selfie* e suas tecnologias de realização e edição, inserido no contexto da arte contemporânea. Nesse campo, a desestabilização do embelezamento frívolo e simplista viabilizou a sua instauração como conceito operatório e produtor de significados na transfiguração do autorretrato.

## Referências:

DANTO, Arthur C. *O abuso da beleza: a estética e o conceito de arte*. Tradução de Pedro Sussekind. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

ECO, Umberto. *História da feiura*. Tradução de Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2007.

HAN, Byung-Chul. *A Salvação do belo*. Tradução de Gabriel Salvi Philipson. Petrópolis: Editora Vozes, 2019.

KANT, Immanuel. *Crítica da faculdade do juízo*. Tradução de Valerio Rohden e António Marques. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

QUILICI, Patrícia M. Processos de criação de oficinas de arte para crianças. *R. Inter. Interdisc. Art&Sensorium*, Curitiba, v.9, n.1, p. 106 – 119 Jan. - Jun. 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.33871/23580437.2022.9.1.106-119>>. Acesso em: 19 ago 2022.

REY, Sandra. Por uma abordagem metodológica da pesquisa em artes. In: BRITES, Blanca; TESSLER, Elida (org.). *O meio como ponto zero*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2002.

TOREZANI, Julianna Nascimento. Os Autorretratos de Cindy Sherman no Instagram. In: *III Grão Fino: Semana de Fotografia (Online)*. Campina Grande, PB, 26 a 30 de Outubro de 2020. Disponível

em: <<https://graofinofoto.com.br/wpcontent/uploads/2020/12/GT2art1.autorretratoinstagram.pdf>>.  
Acesso em: 30 jul. 2022.