

CALENDÁRIO

1 de Setembro

Disponibilização do site

De 7 a 19 de Setembro

Campanha de Promoção

De 20 a 27 de Setembro

Exposição das telas

28 de Setembro

After-Expo no Clube Ferroviário

www.thedorianeffect.com

Apoios:



Televisão Oficial:



tde
thedorianeffect

ROBERTO BENEVIDES MARTINS



tde
the**dorian**effect

ROBERTO BENEVIDES MARTINS

SUMÁRIO

ÉDITO pág. 04

PROJECTO pág. 06

BIOGRAFIA pág. 15

FICHA TÉCNICA pág. 17

PARCEIROS pág. 18



A ideia para este trabalho surgiu com a preocupação de perceber o que é a Beleza na contemporaneidade.

Não estamos, ainda, completamente esclarecidos perante a dimensão que a palavra *beleza* alcançou, principalmente quando nos deparamos com o universo da medicina estética.

Segui um objectivo específico: o de tratar de resolver (numa hipótese) a questão da beleza conseguida através da medicina estética. Justificar a sua posição perante o conceito até então adquirido; um conceito que se delineia na subjectividade do *Belo em si*, ou pela objectividade que se manifesta nas categorias de beleza (simetria, proporção, harmonia, graça, grotesco, pitoresco, sublime e muitas outras).

O projecto participa o dilema que a palavra estética e a sua diversidade de sentido levantaram, com a existência da estética medicinal: expõe uma outra interpretação de Beleza, que se destaca das da História da Estética.

O percurso da campanha de comunicação do TDE, em jeito de comercialização-e-venda-do-produto-beleza nas sociedades actuais, parte da ideia de seguir os mesmos meios e estratégias que existem entre produto e consumo, dando a oportunidade ao espectador de assistir à obra na posição de consumidor, para uma melhor compreensão da ideia exposta e do seu papel enquanto indivíduo.

Roberto Benevides Martins

PROJECTO


TDE é um projecto que analisa o Belo contemporâneo numa versão personificada.

De um estado transcendente, o Belo como disciplina reguladora de uma obra de arte, passa oficialmente a tratar o que é físico, humano e individual.

Tem grande influência em Dorian Gray, personagem central d'*O Retrato de*

Dorian Gray, de Oscar Wilde, que representa essencialmente o desejo de beleza e juventude eternas. Uma das grandes manifestações desta radicalização do Belo, e a base fundamental para o conceito deste trabalho, é a cirurgia estética que busca a perfeição através da reconstrução do corpo e do rosto, redefinindo o nosso entendimento e a nossa percepção de Beleza.





The Dorian Effect propõe analisar:

01 A História da Beleza, até ao contemporâneo;

02 O que é o Belo na actualidade; A revalorização do conceito;

03 A importância do individualismo, hedonismo e narcisismo da pós-modernidade, para uma possível definição do conceito de Belo na actualidade;

04 O que afirma, nos dias de hoje, a posição do Belo;

05 A que se deve a revalorização do conceito Belo;

06 A medicina estética e a personificação do Ideal;

07 A comercialização do produto estético.

É constituído por quatro pontos fortes:

01 Exibição dos cartazes de promoção e passagem do spot publicitário, com o que se despertará a curiosidade do espectador;

02 Disponibilização do *site*, onde o público conhecerá o conceito enquanto intervenção artística;

03 Exposição das telas, em que se pretende a publicidade do produto de arte e da sua imagem, tal como se publicita o *produto-beleza*;

04 *After-expo*, onde os convidados terão acesso à série completa.

É este conjunto de promoção, exposição e apresentação que revelará a obra no seu todo.

Teoricamente, propõe-se analisar a evolução do conceito de Belo, do Belo Objectivo, contextualizando-a com uma breve exposição da História da Beleza.

Chegámos a uma revalorização deste conceito – fruto do individualismo, do hedonismo e do narcisismo, dominantes na pós-modernidade – que direcciona o indivíduo à personificação dos seus próprios sentimentos e emoções. Após conhecer a humanização, o Belo alcança a personificação carnal e faz do corpo o seu próprio produto *físico-emocional*.

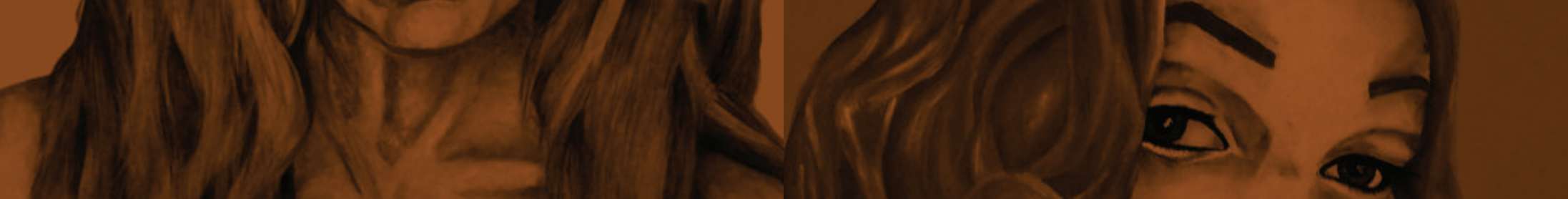


A técnica aplicada nas telas enquadra-se na pintura tradicional. Recorre às composições da realidade dos cartazes publicitários, porque é neste tipo de linguagem que a manipulação do real e do físico mais se manifesta.

The Dorian Effect explora retratos de celebridades que escolheram a manipulação da aparência para se aperfeiçoarem e, assim, aproximarem do seu próprio ideal.

A essência da beleza objectiva encontra-se não no resultado subjectivo, que poderá ser belo, feio ou grotesco, mas sim no processo e alteração efectiva do corpo, justificando a realização do ideal – ou ideais – de cada indivíduo. O Belo expande os seus horizontes e, perante uma conciliação entre sentimento e razão, personifica-se no sujeito que o julga.





É na revalorização do conceito de Belo em termos teóricos, confrontada com a visão dos nossos antecessores – harmonia, graça, proporção, simetria, entre outros – e na validação da obra de arte quando exposta no espaço para que foi criada, que estará a especificidade deste trabalho.

O projecto só terá um efeito artístico se respeitar as suas próprias condições enquanto produto comercial. Na medida em que TDE foi criado para ser exposto nas ruas de Lisboa, sendo um produto que *publicita*, só poderá ser considerado arte assim que for promovido e exibido nos mobiliários urbanos para a informação (MUPI). TDE valida-se como obra de arte quando contextualizado no seu meio e no seu espaço. Pretende-se direccionar o pensamento e o olhar do indivíduo ao encontro da percepção e do

entendimento da Beleza que vive e a que assiste, neste caso a objectiva, que permanece lado a lado com a Beleza em si, a subjectiva. O espectador defrontar-se-á, no final, consigo mesmo: cada uma das dez telas revela o indivíduo contemporâneo e a sua relação com o conceito de Beleza.

O objectivo fundamental deste projecto é, portanto, questionar a função do Belo no contemporâneo e a sua posição, seja em termos artísticos ou meramente estéticos.

Em simultâneo, desprende a pintura das moradas habituais, como museus ou galerias, direccionando-a para os espaços publicitários, como paragens de autocarro ou painéis informativos, interagindo coerentemente com o conceito e o público:

o jogo intrínseco que existe entre consumidor e produtor/produto dá lugar à relação entre espectador e artista/arte.

BIOGRAFIA

Roberto Benevides Martins
(n. 1980) vem de S. Miguel,
nos Açores.

1998

Estudou desenho, pintura e gravura na Academia das Artes dos Açores, em Ponta Delgada.

2002

Estagiou no Centre de Plein Air – Ferme Pédagogique du Peu, em França – Lathus-Saint-Rémy, onde apresentou uma exposição individual de fotografia e texto: *Açores*.

2004-2009

Tirou Pintura, na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, tendo trabalhado conceitos como Passado, Ausência, Momento, Estruturas Sociais, Narcisismo Contemporâneo. No último semestre da licenciatura fez Erasmus na Universitat Politècnica de València, Espanha, onde explorou temas como Retórica Visual e Retrato.

2008

Participou no projecto *Convento de Cristo – Programa Pictórico da Charola*, em Tomar.

2009

Participou na exposição colectiva de Finalistas em Pintura, no Palácio Galveias. Inscreveu-se, ainda no mesmo ano, no mestrado em Pintura da FBAUL e escolheu para estudo principal o conceito de Beleza.

2010

Participou no projecto *Chiado: efervescência urbana, artística e literária de um lugar*.

Está, actualmente a trabalhar a tese final do mestrado.

FICHA TÉCNICA

Pintura e Conceito

Roberto Benevides Martins

Coordenação de Mestrado

Professora Catedrática

Isabel Sabino

Orientação de Tese

Prof. José Quaresma

Comunicação, Produção e Assessoria de Imprensa

Vítor Alves Brotas

Logótipo e Design Gráfico

Tiago Gonçalves

Webdesign e Programação

Michael Cândido

Irineu Antunes

Redes Sociais

Ana Sousa

Realização e Edição

Rui Rodrigues

Direcção de Fotografia

Gil Alves

Assistente de Câmara/ Realização/Fotografia

Tiago Soares

Representação

Sílvia Balancho

Maquilhagem

Elodie Fiuza

Tradução

Anabela Delgado (EN)

Débora de Sá Tavares (ES)

Estelle Valente (FR)

Raquel Morte (IT)

CONTACTOS

Vítor Alves Brotas

+351 910 127 923

vab.tde@gmail.com

Skype: vabtde

PARCEIROS OFICIAIS

Apoios:



Televisão Oficial:



AGRADECIMENTOS

Ana Sousa

Anabela Delgado

Câmara Municipal
de Lisboa

Clube Ferroviário

Débora de Sá Tavares

Elodie Fiuza

Estelle Valente

Gil Alves

Irineu Antunes

Prof. José Quaresma

Prof. Cat. Isabel Sabino

Margarida Alves

Michael Cândido

Nuno Pires

Raquel Morte

Rui Rodrigues

SIC Mulher

Sílvia Balancho

Tiago Gonçalves

Tiago Soares

Vítor Alves Brotas