

# mulher

Thâmily Alves - 2ID

*Os 7 pilares da autoestima*

Quer saber o que faz uma mulher vencer todos os obstáculos do caminho e alcançar seus sonhos?

**Luiza Brunet**

*Conta que usa maquiagem para camuflar o vitiligo*

**Orgulho Pink**

*Projeto que destaca a beleza e autoestima na luta contra o câncer*

**Garota com acne**

*Supera trauma com a pele e ajuda pessoas com o mesmo problema*



A VIDA GIRA  
EM TORNO DO SOL.  
CURTA COM  
SUNDOWN®.

**SUNDOWN**  
A VIDA GIRA EM TORNO DO SOL

## Amar a si próprio

Novembro é o mês em que a mulher carioca dá antecipadamente boas-vindas ao verão, encurtando a primavera para aproveitar logo a estação que é sua por vocação. Por isso, com a estação mais quente chegando, os cuidados devem dobrar. Não abusar do sol; evitar praticar atividades físicas nos horários mais quentes; beber bastante líquido; usar filtro solar todo dia, faça chuva e faça sol.

A revista desse mês vem recheada de dicas e matérias sobre a saúde das mulheres. Porque a nossa maior preocupação é com você leitora. Por isso, selecionamos como partida “os 7 pilares da autoestima”, mostrando como vencer o desânimo com a ajuda de pessoas próximas. Ao longo das páginas, você também encontrará personalidades famosas falando de doenças que afetaram sua aparência e o psicológico.

Depressão. Ansiedade. Anorexia. Bulimia. Mulheres cegas. Vitiligo. Câncer. Trataremos de assuntos delicados, que muitos têm vergonha, medo ou desconhecimento de falar abertamente. Mostraremos caminhos para evitar que essas doenças afetem o seu emocional. Queremos trazer de volta a simplicidade da vida, o bem-estar, a qualidade e a beleza genuína que existe em cada uma. Por isso, também desmitificaremos essa beleza padrão e universal.

Como a gente não gosta de nada óbvio por aqui, não espere encontrar matérias apenas com modelos. Não vamos incentivar que você vire uma Gisele Bündchen. Queremos e valorizamos a sua individualidade. Nossa missão é com mulheres reais. Buscamos desenvolver o amor próprio e a felicidade.

Por isso, desfrute bem dessa leitura que preparamos com muito carinho. Faça uma reflexão e busque o autoconhecimento como ponto de partida. Estamos muito empolgadas com o feedback de vocês. Então, mandem emails ou cartas falando o que vocês gostaram e do que vocês não gostaram.

“Amar a si próprio é o início de um romance para toda a vida.” Oscar Wilde

Thâamily Alves -G2-2ID-  
20142-PG

# Contents

Os 7 pilares da autoestima	5
O padrão de beleza imposto pela mídia	7
Orgulho Pink: projeto que destaca a beleza e autoestima na luta contra o câncer	12
Alunas cortam cabelo para doar a crianças com câncer	13
Luiza Brunet conta que usa maquiagem para camuflar o vitiligo	15
Mulheres cegas fazem curso de maquiagem	16
Garota com acne supera trauma com a pele e ajuda pessoas com o mesmo problema	22
De bem com a vida	23

## Os 7 pilares da autoestima

Quer saber o que faz uma mulher vencer todos os obstáculos do caminho e alcançar seus sonhos? Amor-próprio. Esse é o ímã que atrai sorte, fortuna, amor e mil oportunidades de exercitar seus talentos. Lições para construir e proteger o seu maior aliado



### 1- Família

**A**utoestima se aprende em casa. Se os pais (ou os adultos que cumprem essa função) nos amam, respeitam e acolhem nosso modo de ser em vez de nos criticar e desejar que sejamos diferentes, a tendência é crescermos com uma autoimagem positiva. Quando as necessidades básicas da criança - alimento, atenção, carinho, educação voltada para o convívio e a possibilidade de se expressar sem medo - não são atendidas, mais tarde podem surgir ansiedade, depressão, sentimentos de desvalia, dificuldade em manter relações. A autoestima fica destruída. Na vida adulta, dá para superar algumas feridas da infância e reconstruir o amor-próprio, mas isso exige empenho e terapia.

### 2- Autoconhecimento

Só quem se conhece bem consegue construir uma autoestima elevada. Mas, afinal, o que é se conhecer bem? É investigar, com coragem, seus defeitos e, sem modéstia, suas qualidades, tornando-se sua melhor amiga. “A partir daí, resta saber aceitar ou tentar minimizar o que não pode ser mudado”, diz a psicodramatista Adelsa Cunha, presidente da Federação Brasileira de Psicodrama. É o que defende também a coach Regina Silva, da consultoria Gyrasser, em São Paulo. “Sem uma noção clara de nosso potencial e limite, ficamos muito vulneráveis às opiniões negativas. Baqueamos diante de conflitos e situações que nos desqualificam”, explica ela. Quebre essa lógica descobrindo estratégias para potencializar os pontos fortes e neutralizar os fracos.

### 3 - Inteligência

Autoestima também é uma questão de sentir-se capaz. Você a exercita toda vez que diz: “Eu posso”. Faça mentalmente um inventário das suas boas ideias. Vale aquele relatório do trabalho que foi elogiado pelo chefe, a solução que você deu para um conflito familiar ou a capa nova que bolou para o sofá, pois a inteligência se manifesta nas grandes e nas pequenas coisas que fazemos. Sentir-se autônoma é prodigioso. A inteligência tem a ver com a capacidade de encontrar saídas para problemas cotidianos. Uma forma de potencializar essa força é observar os



efeitos que ela causa ao nosso redor. Acostumadas com os próprios talentos, nem sempre os valorizamos na medida certa. Mas de repente alguém que olha de fora ou que foi beneficiado por uma iniciativa nossa aponta como essa criatividade destravou alguma encrenca do dia a dia ou aliviou as tensões de uma equipe. Gostar de si combina muito com gostar dos outros, trocar ideias em vez de tentar impor as suas, enfim, usar todos os dons a favor do bem comum.

### 4 - Beleza

O segredo é aceitar quem você é, cuidar-se

com carinho e ter um olhar generoso para seu corpo e sua história. Parece simples, mas para muitas mulheres a aparência é o ponto vulnerável da autoestima. Às vezes, achamos uma pessoa linda, mas, conforme conversamos com ela, seu brilho desaparece. O contrário também acontece: aquela mulher que à primeira vista não chama a atenção vai nos cativando e se tornando extremamente atraente quando a conhecemos um pouco mais. O segredo dela? Uma autoestima imbatível. Para conquistar isso, é preciso libertar-se dos padrões e desenvolver sua identidade estética.

### 5 - Amigos

Eles confirmam que somos companhias interessantes toda vez que nos chamam para sair. Pelos olhos e comentários dos amigos, lembramos que somos engraçadas, que nosso ombro é valioso... enfim, que somos importantes. Para a psicodramatista Adelsa Cunha, o olhar carinhoso do outro é fundamental para a nossa autoimagem. Quem cultiva essa rede fraterna cria um ambiente propício às trocas afetivas, que fazem florescer o amor-próprio. Sem contar que uma amiga de verdade é um refúgio para as horas de dor, medo, tédio e tudo o que pode abalar nossa fé na vida ou em nós. O recolhimento às vezes é necessário,

mas não o isolamento. Partilhar as emoções é um modo de digerir o que nos acontece. E nada como bons amigos para nos consolar ou nos fazer rir dos próprios dramas

### 6. Amor

O afeto acende a nossa luz e nos oferece uma chance de evoluir. “Nos momentos em que estamos inundados de amor, tudo brilha. Melhoram a pele, o humor e o pique”, descreve a psicóloga Fátima Cardoso. Mas nem todos os relacionamentos cumprem esse papel. Quem nunca ouviu falar de amores demolidores, que só jogam a gente para baixo? Um alerta: a principal característica de toda relação destrutiva é a tentativa de um dos amantes de transformar o outro no que ele quer. E, se é você que não vê nada de bom no outro, por que permanece ao lado dele? Lembre-se: ao nos tornarmos boas companhias, aumen-

tamos a chance de ser bem-amadas.

### 7. Reconhecimento

Não dá para negar: uma lustrada no ego é fermento para a autoestima. “Quando o que fazemos é valorizado pelos outros, isso nos fortalece. Vivemos em comunidade, e entender essa interdependência nos torna mais maduros”, afirma a consultora em relações humanas Teresa Campos Salles. Segundo ela, o reconhecimento promove um ciclo virtuoso. “A gente pensa: Faço benfeito, sou reconhecida. Vou tentar fazer melhor para ser reconhecida novamente. Só não vale ficar dependente de elogios. Nossas ações devem ser aprovadas, antes de tudo, por nossa consciência.” O reconhecimento que revigora é aquele que nos mantém conectadas ao que é importante também para nós, não só para os outros.

## O padrão de beleza imposto pela mídia

**T**emos vivido a era dos direitos humanos, mas por desconhecer o poder de influência que a mídia, através dos meios de comunicação, exerce em nossas vidas, em como penetra em nossa mente, não percebemos que nossos direitos jamais foram tão violados como nos dias de hoje. Temos visto um verdadeiro massacre humano, de mulheres, adolescentes se matando para atingir um inatingível padrão de beleza imposto pela mídia. Em uma sociedade democrática, as mulheres tornaram-se escravas da indústria da beleza, tão difundida pelos meios de comunicação, os quais tem dilacerado a nossa juventude, pessoas que estão perdendo o prazer de viver, tornando-se solitárias, por estarem inconformadas com sua forma física, controlam alimentos que ingerem, para não engordar; esta escravidão assassina a autoestima, produz uma guerra contra o espelho e gera uma auto rejeição terrível.

Diante disso, procuramos mostrar através de pesquisas, o que estas influências tem feito com nossa juventude, sendo estes os motivos que levaram o rumo desta pesquisa, a não conformação com esta situação, este massacre, de pessoas se

matando para estarem como os meios de comunicação difundem que tem que ser para se dar bem na vida. O que leva uma pessoa a se destruir dessa forma? A perder o prazer de viver? Tudo isso para atingir um padrão de beleza? Estas indagações não nos deixa calar diante dessa fábrica de pessoas doentes e frustradas que tem sido nossa sociedade.

### Padrão de beleza e sociedade

Ao longo dos anos e mais precisamente depois da Segunda Guerra Mundial, a mulher vem adquirindo direitos e mudando sua forma de atuação na sociedade. Elas estão se especializando, através de estudos e qualificações profissionais, promovendo, assim, um melhor planejamento familiar e conquistando maior respeito e admiração, pois estão conquistando uma posição atuante e fora de casa.

Hoje, podemos ver mulheres independentes, confiantes e distribuindo confiança, temos no Brasil uma mulher no comando do país, Dilma Rousseff, entre tantos outros exemplos de mulheres no comando de empresas, na chefia de cargos públicos, entre outros.

O conceito de mulher, dona de casa, mãe e esposa, mudou. As mulheres ainda são mães, esposas e dona de seu lar, porém, junto a tudo isso, estão no mercado de trabalho atuando de forma

Os meios de comunicações tem imposto um estereotipado padrão de beleza feminina, os comerciais, desfiles, novelas, propagandas tem mostrado que para ser aceito na sociedade deve



efetiva diversas funções. As conquistas são constantes, e as quebras de tabus são diárias, em meio a esta avalanche cultural que temos vivido.

Descarte, em meio a todas essas conquistas, temos vistos, também um verdadeiro massacre humano, onde pessoas, principalmente mulheres, dilaceraram seu prazer de viver e sua liberdade para atingir o inatingível padrão de beleza, pregado pelas mídias em nossas vidas.

As cobranças que as mulheres tem feito a si mesma para atingir o padrão de beleza imposto pela mídia, tem lhes prejudicado em todos os sentidos, tanto psicológicos, como em seu corpo. A sociedade exige uma dupla ou tripla jornada de trabalho (cuidar da casa, do marido, das crianças, do emprego, do curso de especialização, do cabelo da estética, entre outros). Diante de tudo isso vem o stress, a não aceitação de seu corpo, as dietas malucas, distúrbios alimentares e mais tarde doenças como bulimia e anorexia nervosa.

ser magra, vestir manequim 36. Nas capas das revistas vemos belos corpos de modelos magérrimas, a pura perfeição. Diante disso vem a cobrança de ser assim, para se sentir bonita e atraente, sexy, bem vista e aceita pela sociedade, assim como afirma Bohm:

“O padrão estético de beleza atual, perseguido pelas mulheres, é representado imagneticamente pelas modelos esqueléticas das passarelas e páginas de revistas segmentadas, por vezes longe de representar saúde, mas que sugerem satisfação e realização pessoal e, principalmente, aludem à eterna juventude” (BOHM, 2004, p.19).

As mulheres, que ao longo dos anos vêm lutando por sua liberdade de expressão, independência financeira e direito de voto, consideradas por muitos anos como o sexo forte, mostram-se hoje como o sexo frágil e escravas do padrão de beleza imposto pela mídia.



### Indústria da beleza

O discurso da mídia decorre de uma pluralidade de produtos e avanços tecnológicos a fim de aprimorar a estética e forma física. Vemos todos os dias surgirem novos produtos de emagrecimento, são pílulas, sucos, comidas diet, light e zero, aparelhos de ginásticas, academias com uma imensidão de aparelhos, vídeos com séries de exercícios pra se fazer em casa e perder medidas, revistas especializadas em perda de peso em tantos dias, cosméticos, cirurgias plásticas, redução de estômago.

O país pode está na maior crise financeira de todos os tempos, mas a indústria da moda não para de crescer. Para todos os lugares que se olha, se ver a influencia ao culto de um corpo perfeito, uma barriga saradinha, uma constante luta contra a balança, uma conta de calorias presente em cada refeição. Os meios de comunicação apresentam diariamente o glamour da glória e do sucesso, de pessoas magras e em forma se dando bem em tudo que fazem, sem sofrer nenhum tipo de preconceito, apenas bem e com intensa ascensão social.

“O padrão estético de beleza atual, perseguido pelas mulheres, é representado imagneticamente pelas modelos esqueléticas das passarelas e páginas de revistas segmentadas, por vezes longe de representar saúde, mas que sugerem satisfação e realização pessoal e, principalmente, aludem à eterna juventude (BOHM, 2004, p.19).”

## Obsessão pela forma física e os transtornos

A perda de peso já se tornou o objetivo da maioria das mulheres e a indústria da beleza mostra que é algo possível de se alcançar, basta ter vontade, pois todos os dias surgem novas formas, tecnologia que permitem uma rápida e satisfatória perda de peso. A mídia, em sua forma escrita e televisiva, prega o poder, honra, beleza, mobilidade social, através das modelos, top moldes, e as mulheres em especial da faixa adolescente, sentem a necessidade de estarem com o corpo de modelo. Recorrem constantemente a indústria da beleza para satisfazer esta necessidade que a mídia mostra que ela teve ter. O ideal de corpo perfeito. Mas assim como diz Cury em seu livro, a ditadura da beleza e a revolução das mulheres, que gostaria que as pessoas descobrissem a beleza única que cada uma tem e não procurasse ser igual a ninguém:

“Aprenda diariamente a ter um caso de amor com a pessoa bela que você é, desenvolva um romance com a sua própria história. Não se compare a ninguém, pois cada um de nós é um personagem único no teatro da vida” (CURY, 2005, p.1).

Em contraste a essa ideia, temos os meios de comunicações, como, por exemplo, blogs, sites de relacionamentos, incentivando as pessoas a serem iguais as modelos, se sacrificarem para ficar magra, encontramos termos como Ana e Mía, para designar as doenças, anorexia e bulimia, respectivamente. Onde muitas adolescentes se identificam e aprendem a como perder peso, como passar horas sem se alimentar, a como controlar a ansiedade. Estes blogs tem influen-

ciado meninas de todo o mundo, ensinando com ser uma pessoa anoréxica e em como enganar os pais, para que não percebam de imediato o que elas estão fazendo consigo mesmas, se matando, desistindo da vida para atingir o inatingível padrão de beleza.

As pessoas que tem estes transtornos alimentares, costumam enfrentar uma guerra todos os dias com o espelho, todas as vezes que se olham no espelho, se veem gordas, deformadas, não gostam do que ver em sua frente, nunca conseguem se sentir bem consigo mesma. Isso acontece muitas vezes com pessoas que já estão abaixo do peso considerado saudável. O pior de tudo isso é que temos visto milhares de pessoa sofrendo dilaceradas pelo mal que tem assolado famílias ricas e pobres, muitas meninas morrendo de fome tendo de tudo em casa para comer, parece utopia, mas é realidade de muitas pessoas, é um imenso contraste, enquanto a indústria de alimentos vendem gordu-

ras exuberantes, a indústria da beleza luta com regimes e defende o uso de alimentos de baixo valor calórico ou nenhuma caloria.

O resultado é uma paulatina deterioração física e mental, que começa com sintomas leves, como tonturas, tremedeiras, fraquezas, gastrites, variações de humor, complicações cardiovasculares e renais, podendo levar a morte.

Diante disso, é uma missão impossível compreender o que leva uma pessoa a fazer isso consigo mesma, desistir de lutar pela vida, querer muitas vezes a morte, do que ter uns quilos a mais. A maior indignação e por que não dizer revolta que nos dar, é que todo esse sofrimento poderia ser evitado se as pessoas acreditassem na

sua beleza genuína e singular, que não quisessem ser iguais as modelos dos desfiles e comerciais.

## Indústria do consumo

O século 19 foi o século das maiores conquistas que as mulheres tiveram ao longo de sua história; a luta pelo direito de votar, opinar, igualdade de trabalho, frequentar universidades. A sociedade abriu espaço para as mulheres serem livres, mas no século 20, vimos que a indústria do consumo, que tanto ajudamos a construir, tem feito as mulheres escravas de um padrão inatingível de beleza.

A indústria do consumo tem o objetivo de vender seus produtos, sejam eles: Cigarros, carros, cervejas, roupas, calçados, ou até mesmo comidas, com o corpo da mulher. Hoje o corpo feminino vende tudo, mas esta imagem de corpo perfeito, esta espetacularização da moda, tem trazido consequências drásticas à nossa sociedade, milhares de pessoas insatisfeitas consigo mesmas e seus corpos em frente ao espelho só lhes mostra defeitos, as pessoas não enxergam mais sua beleza interior, existe sim um vazio enorme em seu interior, pois querem ser o que não são, querem ser como as modelos das capas de revistas e comerciais.

Estes efeitos causados pela indústria do consumo, na sociedade, só lhes trás mais crescimento e sucesso, por que pessoas insatisfeitas correm às lojas para comprarem objetos afim de satisfazerem seus desejos, acabar com a ansiedade, aumentar sua auto estima. Mas esses prazeres são passageiros, pois logo após alguns segundos, já querem outro produto, pois o que comprara a pouco tempo já se tornou obsoleto, tudo isso devido a vida líquida em que vivemos nessa sociedade moderna, onde nada se firma, não dar tempo as coisas tomarem forma, os avanços são constantes, as modas passageiras, a cada minuto surge uma nova tecnologia. Assim como nos diz Cury: “Estamos mais ricos financeiramente hoje, mais muito mais miseráveis e infelizes interiormente” (CURY, 2005, p. 39). A indústria do consumo tem o objetivo de promover inconscientemente a insatisfação e não a satisfação, como muitas pessoas pensam e se deixam influenciar. Pessoas satisfeitas, bem humoradas, com auto estima não

precisam da paranoia de viver comprando desenfreadamente, ou viver correndo atrás das coisas que estão na moda, a qual muda todo dia, trazendo assim um desgaste constante, viver trocando carro, celular, roupas, calçados; Pessoas bem resolvidas consomem mais ideias do que estética. A cada dia as pessoas estão sendo vistas por essa indústria de consumo, como mais um número de cartão de crédito, mais um comprador em potencial, e não como uma pessoa que deve ser valorizada por sua inteligência, capacidades e beleza interior.

Não importa o que as indústrias da moda, da beleza, do consumo e os meios de comunicações nos impõem, ou os produtos que colocam no mercado, prometendo milagres da beleza, do rejuvenescimento, dizendo que isso fará ser bem aceito na sociedade e ter ascensão social, não adianta está se matando para atingir o inatingível, pois cada pessoa tem uma beleza única, e deve serem aceitas como são, se cuidar e ser vaidosa faz parte da natureza de cada mulher, mas não chegar ao ponto de se deixar escravizar por isso. O envelhecer é nosso destino, viver feliz e com dignidade deve ser nossa meta.

“Estamos mais ricos financeiramente hoje, mais muito mais miseráveis e infelizes interiormente” (CURY, 2005, p. 39).

## Orgulho Pink: projeto que destaca a beleza e autoestima na luta contra o câncer

No último dia 17, eu e a querida Camila Coutinho do blog “Garotas Espúpidas”, lançamos no restaurante Capim Santo, em São Paulo um projeto inédito que tem um objetivo único em comum: usar as redes sociais para despertar nas pacientes, familiares e amigos, a importância de manter a autoestima elevada e um sorriso no rosto durante o tratamento. Queremos espalhar a importância da beleza para todas as mulheres!

O Orgulho Pink é uma websérie de quatro episódios que postaremos todas as quartas-feiras do mês de outubro, mês que comemora o Outubro Rosa (aguarde, aqui no Brasil Post); a primeira série vai ao ar no dia 1º. Para a websérie contamos com participações muito especiais que prometem ajudar a paciente, incentivando a autoconfiança durante o tratamento e dando dicas valiosas de como passar com mais leveza durante o tratamento. Este é apenas o primeiro ano do #orgulhopink, projeto que tende a mudar para sempre o jeito das pessoas verem a doença, por que hoje é tão comum! O câncer não pode ser mais visto como uma coisa horrível, porque não

é. A medicina está evoluindo, as pacientes também estão evoluindo.

Toda mulher quer ter estilo. Foi isso que eu e a Camila notamos ao filmar e compartilhar essa vontade de estar bonita. Todas nós queremos! Queremos estar saudáveis; queremos comer bem. Perceba: a vaidade é a mesma!

Nessa primeira temporada teremos conosco: a estilista Patrícia Bonaldi, a maquiadora Juliana Rakoza, a dermatologista Dra. Valéria Marcondes, a chef Luiza Zaidan e a nutricionista Fernanda Reis.

Além da websérie o Orgulho Pink também criou um lenço de seda pura, exclusivo e criado pela estilista Patrícia Bonaldi e estará à venda no site [www.shop2gether.com.br](http://www.shop2gether.com.br) e terá 100% da renda revertida para o IBCC - Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer.

A coletiva de imprensa foi um sucesso! Tivemos a presença de famosos que se identificaram com a nossa campanha, se importam e tem muito para somar.



## Alunas cortam cabelo para doar a crianças com câncer

Campanha “A moda agora é cabelo curto” teve adesão de mais de 60 pessoas e foi realizada no Colégio Hélio Alonso



Mais de 60 pessoas aderiram à campanha “A moda agora é cabelo curto”, realizada nesta segunda-feira (12) no Colégio Hélio Alonso, no Méier, Zona Norte do Rio. Na ação, coordenada por um grupo de seis meninas do oitavo ano - de 13 anos de idade em média - alunas, além de algumas professoras e mães, cortaram seus cabelos para serem entregues à ONG Cabelegria. Os fios vão virar perucas que serão usadas por crianças em tratamento contra o câncer, na tradicional arrecadação realizada pela entidade, com sede em São Paulo.

O volume arrecadado em apenas um dia surpreendeu as organizadoras do evento, que não esperavam tantos adeptos. Além dos cerca de 60

cortes feitos entre 7h e 14h, várias alunas e mães já tinham ido a salões ao longo da semana passada cortar o cabelo para a campanha.

Uma das idealizadoras da ação, a estudante Luísa Gonzalez de Sousa, de 13 anos, viveu uma situação inusitada. Com é atriz, não pôde cortar os cabelos desta vez, por razões contratuais, mas mobilizou “meio mundo” para a campanha - como a mãe, a professora Daniele, que depois de muitos anos de cabelos longos, está de visual chanel.

- Cortei uns 18 centímetros. Desde que me conheço como adulta, tenho cabelo comprido. Estou sentindo falta, mas foi por uma ótima causa - comemorou.



“Elas começaram a se organizar espontaneamente, fizeram blusas, postaram fotos delas cortando os cabelos já há alguns dias. Isso aconteceu em salões e na própria escola até chegarmos ao mutirão de hoje.”

A pequena Luísa Gonzalez ficou surpresa com o resultado da campanha:

- A gente arrecadou muito cabelo. Estamos muito felizes porque a campanha se tornou uma coisa muito maior do que a gente imaginava.

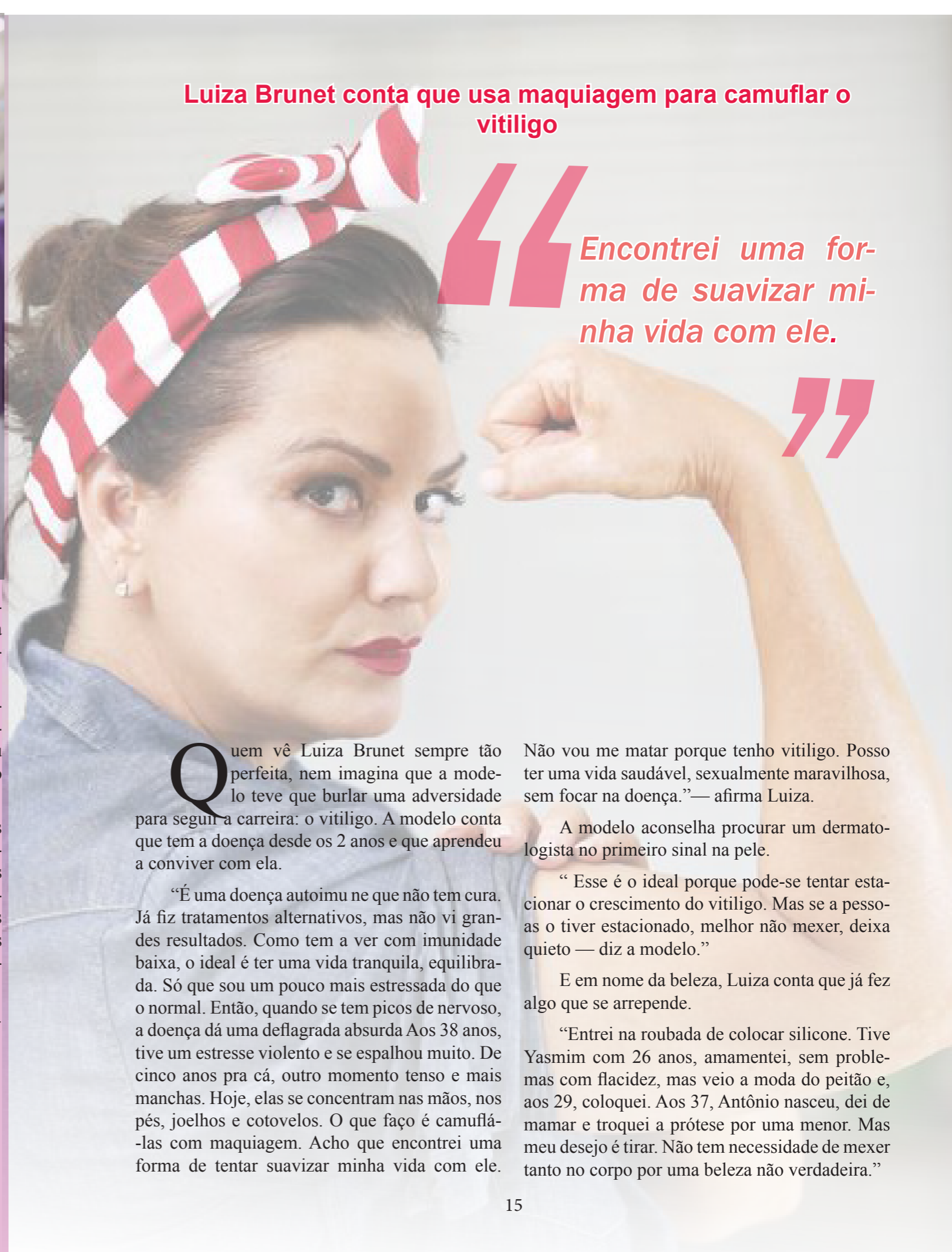
A diretora do colégio Lúcia de Almeida Assis, que abraçou a ideia, destacou a importância de a iniciativa ter partido das próprias adolescentes:

- Elas começaram a se organizar espontaneamente, fizeram blusas, postaram fotos delas cortando os cabelos já há alguns dias. Isso aconteceu em salões e na própria escola até chegarmos ao mutirão de hoje.

Para que o tal mutirão desse certo, duas mães de alunas que são cabeleireiras foram recrutadas para entrar em ação. Como as meninas têm menos de 18 anos, todas apresentaram autorização dos pais para dar fim aos cabelos longos e estrear o visual novo em benefício das crianças com câncer. Alunas do ensino fundamental também aderiram à causa.

- Agora, muitas estão com cabelo no ombro. Estão lindas - comemorou a diretora.

Luiza Brunet conta que usa maquiagem para camuflar o vitiligo



“Encontrei uma forma de suavizar minha vida com ele.”

Quem vê Luiza Brunet sempre tão perfeita, nem imagina que a modelo teve que burlar uma adversidade para seguir a carreira: o vitiligo. A modelo conta que tem a doença desde os 2 anos e que aprendeu a conviver com ela.

“É uma doença autoimune que não tem cura. Já fiz tratamentos alternativos, mas não vi grandes resultados. Como tem a ver com imunidade baixa, o ideal é ter uma vida tranquila, equilibrada. Só que sou um pouco mais estressada do que o normal. Então, quando se tem picos de nervoso, a doença dá uma deflagrada absurda. Aos 38 anos, tive um estresse violento e se espalhou muito. De cinco anos pra cá, outro momento tenso e mais manchas. Hoje, elas se concentram nas mãos, nos pés, joelhos e cotovelos. O que faço é camuflá-las com maquiagem. Acho que encontrei uma forma de tentar suavizar minha vida com ele.

Não vou me matar porque tenho vitiligo. Posso ter uma vida saudável, sexualmente maravilhosa, sem focar na doença.” — afirma Luiza.

A modelo aconselha procurar um dermatologista no primeiro sinal na pele.

“Esse é o ideal porque pode-se tentar estacionar o crescimento do vitiligo. Mas se a pessoa o tiver estacionado, melhor não mexer, deixa quieto — diz a modelo.”

E em nome da beleza, Luiza conta que já fez algo que se arrepende.

“Entrei na roubada de colocar silicone. Tive Yasmim com 26 anos, amamentei, sem problemas com flacidez, mas veio a moda do peitão e, aos 29, coloquei. Aos 37, Antônio nasceu, dei de mamar e troquei a prótese por uma menor. Mas meu desejo é tirar. Não tem necessidade de mexer tanto no corpo por uma beleza não verdadeira.”



## Mulheres cegas fazem curso de maquiagem

**Mesmo sem a ajuda do espelho, alunas têm a certeza de que o acabamento nos olhos e nos lábios valoriza seus traços**

Michelle queria aprender a passar batom vermelho. Aos 32 anos, a servidora pública afirma que, recentemente, mudou seu estilo. Adotou o que chama de rock chique e os tons mais es-

curos nos lábios fazem parte da transformação. Já Regina carrega uma ideia quase obsessiva de fazer o “olho de gatinha”, que “acha muito lindo”. A discreta Aline, porém, chega sem preten-

sões. Com as bochechas rosadas, destacadas na pele demasiado branca — herança alemã —, a maior ousadia que comete é usar um gloss. Mesma discricção compartilha Leci, que, apesar de ter maquiagens em casa, não costuma usar com frequência e só se convence que fica linda quando passa lápis “porque as amigas falam”, explica.

Leci Moreira tem 35 anos. Ela desconhece que nasceu com invejáveis olhos verdes. Nunca os viu, de fato, destacados quando passa lápis preto na linha d’água. A moça vaidosa só tem 5%

da visão em ambos os olhos. Funcionalmente, é considerada cega. Assim como ela, Michelle, Regina e Aline não podem ver nada ou não enxergam quase nada.

A impossibilidade de se verem refletidas no espelho não as faz menos vaidosas. Em uma manhã de sexta-feira, elas se reúnem em um estúdio de maquiagem. Querem aprender a se maquiar sozinhas. De fato, elas não poderão ver o resultado, ou apenas identificarão as nuances da sombra e do batom. Mas todas se sentem mais belas quando maquiadas.

A ideia do curso para deficientes visuais é da maquiadora Andréa Andrade. O desafio surgiu quando foi procurada por uma jovem cega que a perguntou se poderia ensinar-lhe tal arte. Andréa não acreditou muito na proposta, mas decidiu ajudá-la. Foi quando começou ela própria a se pintar com os olhos fechados, para ter uma ideia das dificuldades que sua aluna enfrentaria. Depois de um ano, são quase 20 deficientes visuais que já aprenderam com ela. Andréa se emociona ao falar do projeto, batizado de Beleza que se vê. Ela lembra que muitas travam contato pela primeira vez com pincéis, curvex e delineadores. Pelo tato, com a ajuda da profissional, elas começaram a descobrir esses segredos de beleza.

Andréa orienta as alunas a conhecer o próprio rosto e a usar cores para deixá-lo mais bonito. Não é fácil, porém. A autonomia conquistada ao dominar pincéis e pós de maquiagem não dispensa a avaliação do olhar alheio. Quando a mulher tem um resquício desse sentido, tem mais noção do resultado ao aplicar o batom e as sombras, por exemplo. Mas se só enxerga a escuridão, é preciso contar com a sensibilidade dos dedos e com ajuda do outro para que a maquiagem saia o mais perfeita o possível.

A psicóloga Aline Wanderer, 29 anos, por exemplo, não pode ver absolutamente nada. Assim, não se arrisca a se pintar sozinha. O marido também é cego e, dessa maneira, não há quem a ajude na tarefa. Por isso, decidiu fazer o curso de Andréa. Não sabe como colocará em prática os ensinamentos, mas estava disposta a conquistar mais uma autonomia. Na



hora de passar o rímel, sua mão estava gelada. “Vou borrar tudo”, comentou a moça, que nunca tinha tido contato com uma máscara de cílios antes. Uma dica da professora é colocar papel-toalha debaixo dos olhos na hora da aplicar. Isso evita que a tinta manche a pele e os pelos escapem das cerdas. As alunas tentam, acham difícil. Será questão de treino, de não ter medo de errar e

se sujar nas primeiras vezes.

Para que as alunas se familiarizem com seus novos aliados, Andréa delicadamente pega na mão de cada uma delas e entrega um pincel: o de espuma para espalhar sombra, o mais fino para esfumá-la. Os mais cheios devem ser usados para o pó e o outro, um tantinho menor, para o blush. O tato é o segredo para quem não pode contar

com a visão. Por isso, Andréa ensina a passar a sombra com a ponta dos dedos. Fica mais fácil controlar a quantidade de produto e a reconhecer os lugares onde eles serão aplicados.

Depois de espalhar o pó e a base, ela propõe que todas apliquem duas cores de sombra. “Vixi, vai ser difícil”, exclama uma delas. Um truque para que a pintura saia o mais uniforme possível,

segundo a professora, é passar o dedo na sombra e contar quantas vezes ele vai ser aplicado em cada pálpebra. O resultado, claro, precisa contar com olhos de confiança. Quem não tem alguém que enxergue em casa, a maquiadora aconselha a sair sempre com uma nécessaire para que alguma amiga possa retocar os eventuais escorregões.

Michelle Rabello tem um namorado que não tem a deficiência, mas nunca pediu a ele ajuda na hora de se maquiar. Foi só ali, durante a aula, que ela se deu conta de que ele poderia dar uma forcinha quando quisesse se enfeitar sem errar. “E se ele tiver pena de me corrigir?”, diz. “Mas ele vai deixar você sair com o rosto manchado?”, alguém questiona. Pensando bem, ela acha que não.

Essa servidora pública pôde ver até os 17 anos, mas uma doença inflamatória, chamada uveíte, aos poucos foi tornando essa tarefa quase impossível. Hoje, aos 32 anos, ela não enxerga nada no olho esquerdo e só tem 10% de visão no direito. É justamente essa pequena porcentagem que lhe garante um mínimo de independência. Com a ajuda de um espelho, que aos olhos saudáveis parece fora de foco, ela tem noção do contorno do rosto. Na memória, carrega com nitidez os tons e isso facilita na hora de comprar a maquiagem. Mas não se arrisca a aplicá-la sozinha. Um de seus olhos ficou menor por causa da atrofia muscular. Para ela, é difícil deixá-los simétricos, ainda mais com as sombras escuras que tanto gosta. Andréa ajuda. Ela tenta e fica ainda mais linda com a sombra grafite.

Agora chegou a hora de aplicar o desejado batom vermelho. Michelle só tinge os lábios de tons fortes quando conta com



a ajuda da mãe. Durante o curso, tentou. Com a visão que ainda resta, tem uma noção da forma dos lábios, mas desconhece os contornos que devem limitar até onde o batom deve ser aplicado. A professora sugere que, em vez de usar a bala do produto, ela aplique com os dedos. Talvez facilite tatear o desenho da própria boca. Ela se arrisca e acha que a tarefa, tão simples para outras mulheres, é uma verdadeira superação. O tom rubro extrapola. Michelle aplica com cotonete, por sugestão da maquiadora. Considera mais fácil. E agora, está segura? “Não, ainda não sei se tenho coragem de passar sozinha e sair na rua.”

Pedir a opinião alheia não é um problema. As deficientes visuais estão acostumadas a contar com os outros. A falante Regina é a que mais pode usufruir do que resta da sua visão. “Essa criatura pode usar um espelho. Que inveja! Sinta-se feliz por isso”, diz Leci para ela. Ainda assim se sente incapaz de dar acabamento às sombras e ao resto da maquiagem nos olhos. Despachada, chama sempre as amigas para maquiá-las. Se, em dia de evento, a agenda de todas estiver apertada, não se faz de rogada. Leva as maquiagens para a festa e pede que alguma mais prendada a produza nem que seja no carro, a caminho da festa.

Naquela aula, Regina levou um arsenal de produtos que mantém em casa. Queria aprender a usar o que já tinha. Borrou os olhos. Tentou



limpá-los. Com ajuda de Andréa, retocou. Desistiu de fazer sozinha o tão sonhado olho de gatinha. A professora disse que esse é mesmo um dos passos mais difíceis até para quem tem a visão 100%. Aplicou a sombra verde de um lado e um verde de tom diferente no outro. Não diferenciou as cores tão parecidas. Mesmo assim, ao fim, olhou-se no espelho e, com o resultado que pôde

conferir com 25% da visão, declarou: “Tá tão bonito o meu olho. Tá tão legal!”

Ao lado dela, Leci achou difícil passar o lápis na linha d’água. Era o que desejava aprender. Apesar de não ter noção de como a maquiagem destaca o verde dos seus olhos, confia na opinião das amigas. Ao término da aula, não sabia

se iria aventurar-se na maquiagem em voo solo, mas gostou da experiência. Para finalizar, o batom. Perguntou à professora qual tom combinaria mais com o resto das cores que já tinham sido usadas. Andréa escolheu uma cor discreta, como Leci disse gostar. A moça precisou confiar que a escolha era a mais acertada. Coloriu os lábios sozinha e isso já era uma enorme vitória.

## Garota com acne supera trauma com a pele e ajuda pessoas com o mesmo problema

Cassandra Bankson, uma garota de 19 anos, sofre com problemas severos de acne. Tanto seu rosto como suas costas, pescoço e peito são tomados por espinhas e áreas vermelhas. Bankson admite que esse é seu maior trauma e que ela nunca teria coragem de sair sem maquiagem em público.

Mas, para ajudar pessoas que passam pela mesma situação, ela se expôs sem nem um pingo de base, em um vídeo no YouTube mostrando um passo-a-passo para esconder as marcas. E, até agora, a filmagem foi assistida mais de 7,5 milhões de vezes.

“Eu fiz o vídeo em novembro de 2011, mas demorou um mês para eu ter coragem de postá-lo. Mas aí eu pensei que se eu pudesse ajudar uma única pessoa com ele, já valeria à pena”, conta.

Após seu sucesso estrondoso, Cassandra apareceu em programas de TV para contar sobre o bullying que sofria na escola por causa da acne.

Foi o preconceito que a fez investir na maquiagem. E sua técnica para corrigir a pele é tão boa que, hoje, a garota é uma modelo e, após a transformação, parece ter pele perfeita.

***Eu fiz o vídeo em novembro de 2011, mas demorou um mês para eu ter coragem de postá-lo. Mas aí eu pensei que se eu pudesse ajudar uma única pessoa com ele, já valeria à pena, conta.***



## De bem com a vida

Uma pesquisa realizada pela Dove/Unilever, em 2004, comprova que dois terços das mulheres entre 15 e 60 anos evitam realizar atividades cotidianas porque se sentem mal com sua aparência física. Mais de 92% revelaram que queriam mudar pelo menos um aspecto físico e nove entre dez mulheres querem alterar alguma coisa no seu corpo. É notório uma raridade com mulheres satisfeitas com sua aparência. A maioria tenta de qualquer custo chegar no “padrão de beleza” imposto pela mídia, e outras acabam desenvolvendo baixa autoestima, e até mesmo doenças emocionais.

Como as mulheres chegaram a esse ponto depois de tantas conquistas? Porque é tão difícil que uma mulher esteja bem com si? O que leva a uma luta insaciável por uma “beleza ideal”? As mulheres estão a procura da felicidade?

Autoestima é a opinião e o sentimento que cada pessoa tem por si. É ser capaz de respeitar, confiar e gostar daquilo que cada um enxerga no espelho. O melhor caminho para o autoconhecimento é o diálogo interno. É importante cuidar sistematicamente do corpo, da mente e da alma. Quando a autoestima está deteriorada, é preciso diagnosticar sintomas desencadeadores de doenças. Insegurança a todo tempo, dúvidas constantes, não se permitir errar, necessidade de agradar a todos, sentimento de reprovação cotidiana, sentimento vago de não ser capaz de desenvolver nada. Essas percepções podem se fortalecer, e se não tratadas podem gerar doenças, como a depressão, transtornos alimentares (bulimia e

anorexia), e doenças de pele, como o vitiligo.

Não é qualquer sensação ou sentimento que torna-se em uma doença. É comum que em algum momento da vida as pessoas se sintam desanimadas, sem forças ou inseguras. O que não pode ser tratado como normal é ter todos os dias durante anos e anos essas percepções. Aí sim você deve procurar uma ajuda.

Na infância, período de formação do indivíduo, é essencial que a criança seja motivada, cultivada a desenvolver a auto confiança. Nessa fase, a criança absorve como as pessoas a tratam e levam isso para o resto da vida. Muitos pais usam os seus filhos como troféu e ficam exibindo-os, como se a beleza fosse o mais importante. A criança precisa compreender desde cedo que o interior tem mais valor do que o exterior. Os pais precisam educar o filho a não desistir e a confiar em suas habilidades.



## Autoestima baixa

Na obsessão pela forma física, por um peso “perfeito”, muitas meninas desenvolvem distúrbios alimentares, decorrentes da preocupação exagerada com o peso provocando problemas psiquiátricos graves. A pessoa se olha no espelho, e embora esteja excessivamente magra, se enxerga obesa. Com medo de engordar, ainda exagera nas atividades físicas, jejua, toma laxantes e diuréticos. Os sintomas começam a se desenvolver, com a perda rápida de peso sem nenhuma justificativa, recusa em participar de alimentações com familiares ou amigos, interrup-



ção do ciclo menstrual, depressão e pela visão distorcida do corpo.

A bulimia caracteriza-se pela vontade incontrolável de comer alimentos calóricos, devido a ansiedade, seguido da indução de vômitos e jejuns prolongados. O diagnóstico da doença não é fácil. É preciso um levantamento da alimentação do paciente. O tratamento exige acompanhamento de médicos, psiquiatras e nutricionistas.

Quando um paciente recebe o diagnóstico de uma doença que mexe com sua aparência física, como o vitiligo, é importante que ele tenha um acompanhamento psicológico. O vitiligo é uma doença cutânea que causa a perda gradativa da pigmentação da pele. É impossível prever a extensão da doença. A condição não é

contagiosa, mas pode afetar seriamente a autoestima do paciente e ainda servir de gatilho para o desenvolvimento de doenças psicológicas, como a depressão.

A depressão é uma doença psiquiátrica, crônica e recorrente, que produz alteração no humor. É importante perceber a diferença entre uma tristeza profunda e uma tristeza patológica. As mulheres são mais vulneráveis as doenças psicológicas em função da oscilação hormonal. Essa doença desabilita a autoestima da pessoa, por isso é essencial o papel dos amigos e parentes incentivando o paciente, desde uma atividade física até a sair de casa para ir ao cinema e se distrair.

## Brasileiras em foco

As brasileiras estão entre as que têm a autoestima mais baixa em consequência do modelo de beleza eurocêntrico (padrão europeu) e inalcançável para a realidade nacional. Só em 2003, elas gastaram R\$ 17 bilhões na compra de produtos cosméticos e de perfumaria. O Brasil também apresenta o maior índice de mulheres que declaram ter feito cirurgia plástica. Outros estudos

revelam ainda que a população feminina no Brasil, comparativamente, é a que mais se submete a sacrifícios pela “beleza”. Isso inclui dietas, malhação, remédios, cosméticos, entre outros tratamentos.

Em uma entrevista para o site da Abril, a psicóloga Rachel Moreno, autora do livro “A Beleza Impossível - Mídia, Mulher e Consumo”, condena o ataque diário da mídia e fez um alerta. “Existe uma possibilidade real de o excesso de vaidade se tornar um problema de saúde pública, dada a interferência da mídia, da publicidade e dos interesses do mercado na formação das crianças e adolescentes”, afirmou.

“O ideal de beleza cria um desejo de

perfeição, introjetado e imperativo. Ansiedade, inadequação e baixa autoestima são os primeiros efeitos colaterais desse mecanismo. Os mais complexos podem ser a bulimia e a anorexia”, afirma Rachel, lembrando que mesmo as mulheres adultas podem ter sua estabilidade emocional afetada.

A psicóloga Olga Inês Tessari, autora do livro “Dirija sua Vida sem Medo”, diz que a sociedade atual esqueceu de seus principais valores. “Estamos numa época em que vale mais a aparência do que a essência, o status em detrimento do conhecimento. Nesse sentido, quem tem um corpo bonito tem mais destaque na mídia, no rol de amigos ou até mesmo no trabalho, pois a aparência é o que conta”, ressaltou.

Olga acredita que os indivíduos precisam compreender que são diferentes uns dos outros. Ela aconselha as pessoas a valorizarem a essência, pois ela é eterna, e a não confiarem na aparência, pois ela é estática.

## Felicidade Hollywoodiana

Essa estética vendida em outdoors e campanhas publicitárias provoca uma padronização de beleza. Todas as mulheres precisam ter os cabelos alisados, as roupas de determinada grife e os acessórios da última temporada de moda. Surge um efeito de indústria que produz em larga escala uma mesma “Gisele Bündchen” ou “Isabeli Fontana”. A busca por esse ideal de beleza tornou-se sinônimo de felicidade.

Os filmes, as novelas, as histórias e a mídia vendem uma felicidade no superlativo. E quando alguém não tem essa “felicidade hollywoodiana”, o mundo parece não ter a mesma graça. Mas o que é felicidade? Para uns, é

enfrentar o medo de andar de avião para realizar um sonho de fazer um intercâmbio. É ajudar o outro sem esperar nada em troca. É fazer brigadeiro e raspar a panela. É estar de bem com a vida, mesmo a vida não estando 100%.

Invista na sua felicidade. Descubra o que te faz feliz. Em doses homeopáticas dribla a baixa autoestima. Comece pelo autoconhecimento, esse é o melhor remédio. Acrescente uma atividade física, aquela que você tem prazer em realizar. Seja uma malhação, uma corrida, uma yoga, um pilates, uma luta. Para alguns, os esportes mais radicais são válvulas de escape para a adrenalina. Troque sua alimentação. Menos alimentos gordurosos e cheio de açúcares para mais alimentos com fibras e um prato colorido de verduras e legumes. Substitua pensamentos negativos por pensamentos positivos. Mentalize: Eu posso, eu consigo.

Não espere para ser feliz. A felicidade é o agora. É o que está acontecendo enquanto você murmura ou fica sentado no sofá. Sabe aquela história: ‘quando eu ganhar na Mega Sena’, ‘quando eu me casar’, ‘quando tiver filhos’, ‘quando meus filhos crescerem’, ‘quando eu tiver um emprego fabuloso’ ou ‘quando encontrar um homem que me mereça’. Essas frases só servem para distrair e esquecer da felicidade de hoje. Esteja de bem com a vida.



# REFIL SPEITA

Repense bem nisto: a Natura inovou em 1984 ao ser a primeira empresa de cosméticos a lançar refil. Mas a responsabilidade também se renova. E foi o que a Natura fez com seus refis.

Repensados, reformulados, refeitos, eles agora têm embalagens renovadas que reforçam nosso respeito ao meio ambiente.

São novas referências de inovação, economia e responsabilidade.

## NOVOS REFIS NATURA.

Redução de plástico. Renovação de ideias. Respeito à natureza.

Bom para você, bom para o planeta.



# ENCHA O PEITO DE ORGULHO E DIGA: EU ME PREVINO!


FAÇA O AUTOEXAME DA MAMA. TENHA HÁBITOS SAUDÁVEIS. PREVINA-SE.



Diretor Técnico - Dr. Leonardo Cunha Costa CRM:17706 Diretor Técnico - Dr. Júlio César Santos Lima CRM:7158

**ALINE RODRIGUES**  
MAQUIADORA

**TÔNIA VIANA**  
SERVIDORA PÚBLICA

 **Outubro Rosa**

  
**icon** INSTITUTO  
CONQUISTENSE  
DE ONCOLOGIA  
28  
77 3422-1313 | RECREIO

 **CENTRO DE  
ONCOLOGIA**  
DR. GERALDO MATOS DE SÁ  
77 3421-8266 | SÃO VICENTE