

TOMBER: Moda e Androginia¹
Rita Santos ROMÃO²
Adson Pereira de ALMEIDA³
Bruno Henrique Santos Pereira de SÁ⁴
Elis Cristiane Valença de ALMEIDA⁵
Elisson Melo SANTOS⁶
Guilherme Ricardo Oliveira ALVES⁷
Jade Mariana Nunes de LACERDA⁸
José Érick Batista de JESUS⁹
Dayse Grazielle Santos ISMERIM¹⁰
Universidade Federal de Sergipe, UFS

RESUMO

O ensaio fotográfico de moda **TOMBER** foi produzido como pré-requisito de avaliação para a disciplina Fotografia Publicitária I que ministrada pela docente Dayse Ismerim possibilitou a prática dos conteúdos abordados em sala de aula. A campanha publicitária é destinada à marca fictícia **TOMBER** e buscou trabalhar um olhar conceitual a respeito da moda, tendo como referência o visual andrógino que reflete novos comportamentos e estilos de vida.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia Publicitária, Moda, Androginia.

1.INTRODUÇÃO

Reflexo de uma época, a moda exprime o perfil social de um determinado tempo, evidenciando costumes e tendências da sociedade. Assim, não podia ser diferente no contexto contemporâneo, em que a Androginia ganha destaque também no mundo da moda refletindo a nova configuração dos papéis sociais do homem e da mulher¹¹.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Fotografia Publicitária.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: ritasantosromao@gmail.com.

³ Estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: ad.son.almeida@hotmail.com.

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: bruno4u@live.com.

⁵ Estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: eliscristiane1@hotmail.com.

⁶ Estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: elisson_migo@hotmail.com.

⁷ Estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: guilhermeroalves@gmail.com.

⁸ Estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: jadenlacerda@gmail.com.

⁹ Estudante do 5º Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: erickbadje@gmail.com.

¹⁰ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda, email: dayseismerim@gmail.com.

¹¹ MAUS, Stephan. **Androginia e suas vertentes**.

Apesar de ser referido ao gênero, o visual andrógino não tem a ver com orientação ou condição sexual, mas sim com caráter comportamental do indivíduo¹². Ele mescla as roupas dos *closets* masculino e feminino, e tem suas origens nas mulheres dos anos vinte, do século XX, quando passaram a usar roupas mais retas, sem curvas, e adotar o corte de cabelo chamado *Eton crop*, modelo acima da linha do queixo (STEVENSON, 2012).

Nas décadas seguintes, o visual é adaptado e ganha força numa perspectiva masculina durante a Segunda Guerra Mundial e nos anos subsequentes. Entretanto, duas décadas específicas mais afrente foram ainda mais decisivas para estabelecer este novo contexto que continuava a evoluir.

O final dos anos 60 foi marcado pelo aparecimento do visual *Unisex* fomentado, principalmente, pelo cabelo supercurto da modelo mais famosa da época, Twiggy, e pela explosão do terninho criado para as mulheres e popularizado por personalidades como Yves Saint Laurent. Já nos anos 80, emergem as ombreiras e o contraponto entre roupas largas e coladas, e surgem figuras como Annie Lennox, vocalista da banda Eurythmics, de cabelo raspando, usando terno e gravata, e o cantor Boy George, vocalista da banda Culture Club, que sustentava um visual andrógino (STEVENSON, 2012).

Mas, em meio a isso, seria impossível não citar o cantor britânico David Bowie que, durante a década de 70, incorporando o personagem Ziggy Stardust, foi o pioneiro em popularizar o visual andrógino, atrelando, por exemplo, collants e pantalonas e o cabelo mullet.

Dessa forma, foi desenvolvido um *photoshoot* como pré-requisito para o método avaliativo da disciplina Fotografia Publicitária I, na perspectiva de ensaio de moda, sendo tomada como diretriz para definição do tema, as tendências de moda e comportamentos da atualidade.

Com ênfase na moda andrógina, a proposta do ensaio foi unir o visual marcante que ora confunde, ora une, as características femininas e masculinas deste estilo, ao conceito e imagem da marca fictícia **TOMBER**, que trabalha suas campanhas em torno de conceitos fortes e curiosos e produz roupas destinadas a homens e mulheres.

Disponível em: <http://www.coloquiomodas.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/POSTER/EIXO-3-CULTURA%20_POSTER/Androginia-e-suas-Vertentes.pdf>. Acesso em: 14 maio 2015.

¹² GOMES, Elizangela. **Moda Andrógina**. Disponível em: <<http://blogsibolfashion.com/2015/04/16/moda-androgina/>>. Acesso em: 11 maio 2015.

Assim, se tratando do referido ensaio fotográfico, foram utilizadas roupas, maquiagens e acessórios que conferissem o estilo desejado aos modelos, ressaltando que estes usaram de fato vestuário destinado ao sexo oposto. Além disso, os ângulos da câmera, luz, cor e quaisquer outros elementos de composição foram pensados de modo a produzir fotografia publicitária para divulgação da marca fictícia **TOMBER** e de sua coleção de roupas.

Hoje, a fotografia geralmente é uma obra estética com vida própria, mas que, no entanto, deve vender a moda que representa. Procura, porém, esconder esta função, velada em relação à escrita que a acompanha indicando a sua marca. Esta marca representa um determinado estilo ou qualidade: em cada caso serve antes de tudo para uma distinção social, o que o indivíduo quer de si mesmo ou com relação aos outros, e que exprime com a escolha de seu vestuário. (CUSTODIO; SOUZA; 2005).

2 OBJETIVO

O objetivo do trabalho é ressaltar um dos principais papéis da moda, com foco na influência da atual revolução sexual na sociedade contemporânea, praticando as técnicas da Fotografia Publicitária, através do tema proposto para a avaliação da disciplina.

3 JUSTIFICATIVA

O maior legado do filósofo francês Gilles Lipovetsky, descrito em *O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas* (1989), foi postular que a moda não pode ser compreendida simples e somente como algo que diz quais as tendências de cada estação, mas sim como uma instituição que participa da evolução e transformação da sociedade ao longo do tempo, fornecendo suas próprias bases ideológicas para tal. Baseado nisso, a intenção do *photoshoot TOMBER* foi justamente mostrar este caráter da moda enquanto significadora e resignificadora de fenômenos, corroborando a frase icônica da estilista inglesa Mary Quant, quando diz que “a moda não é frívola”.

Assim, **TOMBER** reafirma, a partir do visual, a liberdade de escolha do indivíduo em ser o que ele quiser, e a “tendência contemporânea” de adaptações de papéis na sociedade que já está enraizada há tempos no contexto social.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O trabalho foi fundamentado a partir de pesquisas bibliográficas, além de observação em revistas como *Vogue*, *ELLE*, *Marie Claire*, *L'Officiel* – todas edições nacionais – e catálogos do segmento, objetivando coletar as referências, as tendências e os estilos fotográficos com maior destaque nesse meio.

Como referência principal tem-se a famosa marca francesa *Chanel* que revolucionou a moda por libertar as mulheres de seus corpetes e roupas apertadas e ornamentadas, misturando o vestuário feminino com masculino. Ela fez sucesso com seu estilo simples e elegante, pois era possível se sentir bela e sofisticada com um “vestido preto básico”¹³.

Desta forma, segundo conteúdo tratado em sala de aula sobre fotografia publicitária para editorias de moda, buscou-se utilizar a aplicação de cores, maquiagem, acessórios e roupas dentro da temática e referências do estilo andrógino. A cor preta usada por marcas pioneiras como *Chanel* remetem a peças de vestuários unissex, os tons cinzas ligam-se as cores comumente utilizadas nas coleções de outono/inverno (temporada de moda escolhida como referência); a maquiagem realçada, tanto no homem quanto na mulher, juntamente com as roupas de corte reto, reforça o visual andrógino natural dos modelos, que foram escolhidos justamente por terem características que se adequam ao perfil andrógino.

As fotografias foram obtidas utilizando a câmera NIKON D90, lente 18-105 mm, com o cenário de fundo infinito branco e iluminação adequada. As imagens do ensaio foram devidamente tratadas no programa de edição *Photoshop*, visando publicação em meios impressos (empenas, revistas e catálogos) e meios digitais.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Sempre que uma nova estação se aproxima, as grifes exibem desfiles e/ou lançam ensaios fotográficos compostos por roupas e acessórios a fim de apresentarem o resultado de sua criação e o que acreditam ser destaque naquele período. A proposta do **TOMBER**, então, é um editorial de moda¹⁴ composto por seis fotos para divulgar a coleção outono/inverno da marca homônima, marca esta que tem como foco criar roupas que se adequem a homens e mulheres.

¹³ MARTIN, Carmem. **Vestido preto e androginia são as chaves do estilo Coco Chanel**. Disponível em: <<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/efe/2012/01/12/vestido-preto-e-androginia-sao-as-chaves-do-estilo-de-coco-chanel.htm>>. Acesso em: 13 maio 2015.

¹⁴ Editorial: conjunto de fotografias reunidas sob um mesmo conceito. **Editorial de moda o que é?** . Disponível em: <<http://artisticamente.com.br/editorial-de-moda-o-que-e/>>. Acesso em: 12 maio 2015.

Para compor o conceito e a estética do *photoshoot*, tomamos como referência a marca francesa *Chanel*, que foi escolhida pelo fato de ter uma identidade semelhante à do editorial, apresentando um visual glamouroso, mas que tem intrínseco a seu DNA um toque de transgressibilidade, visto que a própria Coco Chanel revolucionou a moda e a sociedade rompendo com o padrão imposto às mulheres na maneira de se vestir, trazendo roupas com cortes masculinos, mas sem perder a feminilidade (STEVENSON, 2012).

Após a definição do conceito do ensaio, foi escolhido o nome. A palavra *tomber* significa “cair” em francês, porém, neste contexto, ela faz uma alusão à ação de pender para algum lado e ao movimento de inconstância que é provocado, remetendo à “indefinição” presente na androginia¹⁵.



Figura 1 - Demonstrativo da Marca

Com base em sua comum utilização para estimular e anunciar a compra de artigos luxuosos e exclusivos, o preto, foi a opção de cor mais assertiva para a marca, visto que agrega valores na mesma linha dos quais objetivamos atribuir à TOMBER. São eles, sofisticação, refinamento, elegância, poder, inovação e autoridade.

A marca tem como principal representação gráfica de seu logo a tipografia, visto que não há presença de símbolos em sua composição, ou seja, é formado apenas por tipos. É sabido que as características tipográficas estão relacionadas aos significados das formas geométricas nas quais estão inseridas. Logo, o fato de cada letra da tipografia escolhida se enquadrar dentro de um retângulo em pé, significa dizer que são atribuídos à marca valores como ascensão e crescimento.

¹⁵ Androginia aqui se refere ao conceito de aparência física, ou seja, uma hora assume características masculinas, e outra, femininas.

Bem estruturada e legível, a família tipográfica “Glamour” apresenta-se em caixa alta para reforçar a estabilidade e equilíbrio visual, excluindo possibilidades no que diz respeito a problemas de leitura. Apesar de não ser tão formal em seu desenho, o que confere um certo estilo (característica importante se tratando de moda), a fonte serifada, irá remeter também ao clássico, além de guiar aprazivelmente o olhar do leitor, tornando a leitura mais agradável.

O Ensaio

Primordialmente, foram discutidas as problemáticas que envolviam o figurino. Assim, delimitamos o vestuário a ser utilizado pelos modelos, levando em consideração uma característica: a versatilidade, responsável muitas vezes pela decisão de compra dos consumidores. O tema giraria em torno da androginia, onde seriam promovidas peças de vestuário, as quais poderiam ser usadas independentemente do sexo da pessoa. As fotografias foram inicialmente editadas em RAW, onde receberam filtro em preto e branco e ajustes de iluminação, em seguida foram salvas em JPEG e abertas no programa de edição *Photoshop* para ajustes de pele, maquiagem e figurino (reflexo nos óculos, costura desfiada, acne, contorno no rosto e demais correções).

A escolha pelo filtro preto e branco nas fotografias teve a intenção de trazer uma simbologia que conversa perfeitamente com o tema escolhido. Não se resume apenas a temática dos opostos (homem e mulher/preto e branco), mas a relação da indecisão e neutralidade sugeridas pelos tons de cinza, com a androginia, onde não se consegue definir exatamente quem/o que é do/para o sexo masculino ou feminino, podendo se dizer que há uma neutralidade em sua estética e comportamento.

A fisionomia dos modelos também apresenta essa neutralidade, pois correríamos grandes riscos de perder a essência andrógina se optássemos por fisionomias mais caricatas. Desta forma, prezamos pela diversidade de planos fotográficos, onde temos a presença de planos mais abertos aos mais fechados, com o objetivo de valorizar toda a composição do look.



Figura 2 - Aplicação em Empena (Opção 1).



Figura 3 - Aplicação em Empena (Opção 2).

Por fim, a aplicação do logotipo nas fotografias foi pensada de forma que houvesse interação entre os dois elementos. Na maioria das peças, o logo foi posto atrás dos modelos, dando profundidade a cena, porém numa das fotos a marca é colocada na frente dos personagens (Fig. 4), trazendo uma variação nas aparições do preto e branco na foto.



Figura 4 - Aplicação em Catálogo

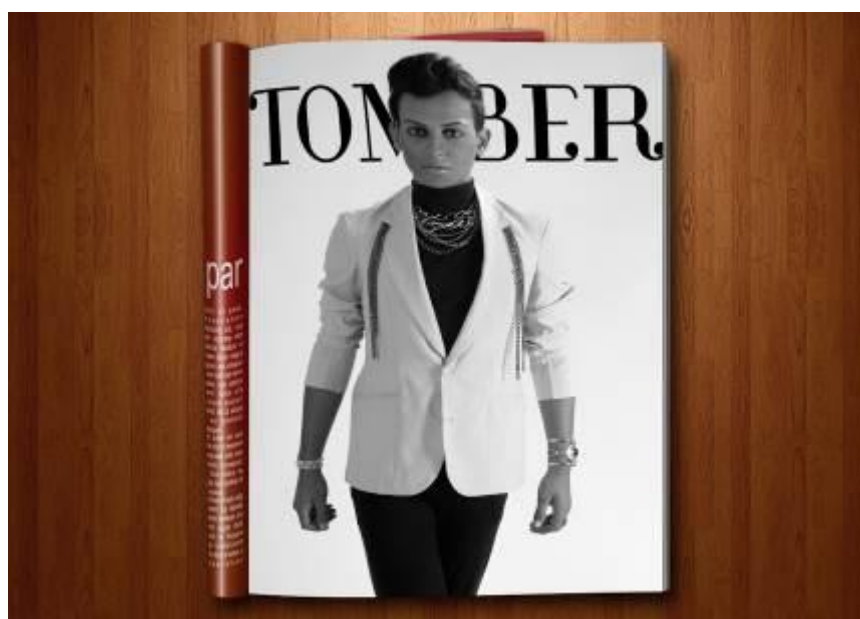


Figura 5 - Aplicação em Revista



Figura 6 - Aplicação em Mobiliário Urbano (Opção 1)



Figura 7 - Aplicação em Mobiliário Urbano (Opção 2)

6. CONSIDERAÇÕES

O trabalho mostra como a moda tem o poder de refletir um paralelo do que passa a sociedade. Características e comportamentos são materializados pela indumentária que cobre o corpo do indivíduo, exteriorizando a todo tempo suas preferências e pontos de vista. A moda andrógina confere um status visual à antiga e ainda atual luta, em grande parte feminina, pela igualdade entre os gêneros. A ascensão e a popularização desse estilo mostram o quanto essa luta se fortaleceu e conquistou mudanças bastante significativas tanto para a mulher, como para o homem, sendo os registros publicitários de moda, grandes dissipadores e influenciadores de pensamentos que mudaram e mudam condutas de uma sociedade.

A produção deste ensaio fotográfico contribuiu ainda para a aplicação dos conteúdos abordados na disciplina de Fotografia Publicitária I, sendo seu processo de construção importante facilitador da prática curricular e também profissional dos integrantes da equipe.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CUSTODIO, José de Arimatéia Cordeiro; SOUZA, Valdete Vazzoler de. **Fotografia: Meio e Linguagem dentro da moda**. Discursos fotográficos, Londrina, v.1, p.231-251, 2005.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução Maria Lucia Machado – São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARIE, Yasmin. **Androginia cada vez mais próxima da vida real**. Disponível em: <<http://portaltagit.ne10.uol.com.br/moda/20104/androginia-cada-vez-mais-proxima-da-vida-real/>>. Acesso em: 13 maio 2015.

MARRIOT, Leca. **Conheça e saiba como adotar o estilo Androgino**. Disponível em: <<http://www.sepha.com.br/blog/fashion/conheca-e-saiba-como-adotar-o-estilo-androgino/>>. Acesso em: 12 maio 2015.

STEVENSON, N.J. **Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen**. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. – Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

Androginia, quem? Um estado ou características de gênero indeterminado. E o que mais? Disponível em: <<http://androginia.com/>>. Acesso em: 12 maio 2015.

Chanel. Disponível em: <http://www.puretrend.com.br/marca/chanel_b4294719633#histoire>. Acesso em: 13 maio 2015.

O Estilo Androgino. Disponível em: <<https://modapermitida.wordpress.com/2014/08/08/o-estilo-androgino/>>. Acesso em: 12 maio 2015

The Powerful Brands. O perfil das marcas mais poderosas influentes do mundo. Disponível em: <<http://powerfullbrands.blogspot.com.br/2007/09/chanel.html>>. Acesso em: 13 maio 2015.