



## **Dois Universos, Duas Culturas: Morena Rosa onde o Feminino e o Masculino se somam<sup>1</sup>**

Felipe BALLIN<sup>2</sup>

Ana Paula da ROSA<sup>3</sup>

Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - Celer Faculdades, Xaxim, SC

### **RESUMO**

Uma das principais formas de expressão visual é a fotografia, pois através dela é possível transmitir sentimentos, emoções e atitudes. Com a proposta apresentada como trabalho da disciplina de fotografia, para elaborar uma campanha publicitária para a grife de roupas feminina Morena Rosa, foram utilizados ícones presentes no dia-a-dia do universo feminino e masculino, tendo como foco principal demonstrar a crescente participação da mulher na sociedade, e bem como a sua atitude perante possíveis problemas corriqueiros do seu universo. Cada vez mais as mulheres desempenham as funções dos homens e passam a conviver neste universo sem, com isso, perder características que lhes são próprias como a feminilidade. Além disso, este trabalho traz como locação para as imagens um estacionamento e um Fusca antigo, numa alusão ao passado e ao presente, que juntos traçam um futuro onde a mulher será peça central.

**PALAVRAS-CHAVE:** fotografia; moda; feminino; masculino; atitude.

### **INTRODUÇÃO**

Cada vez mais as mulheres assumem uma posição de destaque na sociedade e desempenham papéis que até então não eram pensados. A Publicidade e Propaganda mediante este quadro tem tido a necessidade de se adequar a esse novo perfil da mulher moderna, uma consumidora que não aceita mais ser tratada simplesmente como “objeto”, mas que tampouco se considera uma “supermulher”. A consumidora de produtos da marca

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Fotografia publicitária (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: felipeballin@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Doutoranda em Ciências da Comunicação e Professora do Curso Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: anarosa@celer.com.br



Morena Rosa é uma mulher autêntica, que ocupa os espaços de atuação antes apenas masculinos porque se sente capaz de assumir o controle de sua vida, para além de todos os preconceitos, sem perder a feminilidade que lhe é tão cara. A marca insere-se num mercado concorrido, onde o mais importante é ter estilo para assumir a personalidade. Neste aspecto, após uma pesquisa conceitual definiu-se uma linha criativa para este trabalho de fotografia, tendo em mente que a imagem é cada vez mais colonizadora do imaginário. Deste modo, a fotografia de moda passa a ser não apenas uma ferramenta da comunicação, mas uma possibilidade de expressão do contexto atual onde duas culturas (a masculina e a feminina, o antigo e o novo) se contrapõem, não gerando preconceitos, mas rompendo com paradigmas sociais já existentes e enraizados.

A fotografia mais do que um olhar é um olhar para dentro, é uma possibilidade de transformar imagens interiores em imagens endógenas. Entretanto, num universo a cada dia mais cercado por imagens Flusser aborda a gradativa perda da capacidade de ver. Para o autor o excesso de imagens técnicas faz com que as imagens percam a sua função de mapas e janelas para se constituírem, cada vez mais, em janelas para si mesmas, num processo de auto-referência. Na tentativa de romper com essa “visão de um olho único” surge esta proposta de trabalho onde cada elemento foi pensado para gerar um efeito de sentido.

## **2 OBJETIVO**

Este trabalho tem como objetivo geral promover a grife de roupas Morena Rosa, focando dois universos paralelos: masculino e feminino, este sendo retratado como um editorial fotográfico. Como objetivos específicos:

- \* Colocar em prática a teoria e técnicas trabalhadas em sala de aula;
- \* Desenvolver um editorial de moda contemplando todas as suas etapas desde a definição de um conceito e uma linha criativa até a produção, propriamente dita.
- \* Verificar a interdisciplinaridade da fotografia publicitária ao englobar conceitos respectivos às disciplinas de Design, Criatividade Aplicada e Fotografia.
- \* Propor um olhar aprofundado da imagem, para além da exibição da roupa como um suporte, mas sim do corpo como um meio de comunicação.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Com o intuito de demonstrar a independência feminina através de atitudes proclamadas masculinas, o editorial fotográfico de moda foi produzido especialmente para destacar o crescente papel da mulher na sociedade, mostrando que ela pode realizar qualquer atividade sem perder a feminilidade. Embora o material seja referente à moda e tenha contado com a participação de acadêmicas do curso de Design em Moda, toda a idealização do trabalho foi desenvolvida com ênfase na Publicidade e Propaganda. Sabe-se que o nicho da moda é um dos mais vantajosos campos de atuação publicitário destacando-se no Brasil grandes nomes, porém há uma crise instalada, e já apresentada por diversos autores, da criatividade. As imagens da moda produzidas para revistas, catálogos e outdoors caem a cada dia mais no vazio da venda pela venda, do corpo pelo corpo, esquecendo-se que a imagem corresponde, na sociedade pós-moderna, a um dos seus principais produtos de leitura.

Deste modo, este trabalho se justifica pela possibilidade de se constituir em um experimento fotográfico para além da visão tradicional do corpo exposto como suporte de roupas e produtos. Aqui, mais do que a apresentação do produto em si, busca-se mostrar o conceito da marca e, principalmente, da consumidora deste produto, que é uma mulher a frente de seu tempo. A imagem pode ser lida, pois possui elementos que traduzem este conceito, a estrada de chão, um carro antigo e a mulher moderna vestindo as roupas da marca. É o contraste que transmite e resgata a idéia de que entre dois universos, entre duas culturas (o antigo e o novo), se posiciona a Morena Rosa, rompendo com preconceitos e somando o masculino e o feminino, sem que isso represente perda.

Dominar a imagem fotográfica é uma forma de fazer com que os homens passem a pensar a fotografia, não apenas do ponto de vista do aparelho, mas também da própria transmissão de valores e da interpretação, elementos tão necessários e dos quais a sociedade atual anda tão carente.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A técnica fotográfica utilizada foi a fotografia digital, com a utilização de uma câmera Nikon D50, lente AF-S NIKKOR 18–55 mm 1:3.5–5.6. Sendo que a sessão de fotos foi realizada durante a noite no estacionamento da Celer Faculdades.



A composição de cena foi desenvolvida, especialmente, para demonstrar uma estrada de terra sem movimentação alguma de outros veículos, sendo assim a mulher deveria realizar, sozinha, atividades necessárias para prosseguir viagem, realçando assim a sua capacidade e atitude para resolver problemas corriqueiros do dia-a-dia.

Destaca-se que a produção destas imagens contou com uma equipe de aproximadamente 10 pessoas, entre iluminadores, maquiadores, produtores e responsáveis pela locação. A mobilização fez com que pudesse ser experimentado o dia-a-dia do profissional de fotografia, uma vez que o resultado final depende da ação de uma série de fatores como a iluminação, a produção das modelos e da própria direção.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O grupo Morena Rosa iniciou suas atividades em 1993 na cidade de Cianorte. Visando atingir maior parcela de potenciais consumidores em 1997 criaram a Zinco especialmente desenvolvida para o público jovem masculino e feminino, seguindo uma linha streetwear e casual, já em 1998 a marca Maria Valentina ganha vida e tem o seu público alvo focado nas mulheres clássicas, que associam moda à arte e à cultura. Em 2006 preocupada com a qualidade de seus produtos, desenvolveram núcleos de criação e equipes de estilo próprios para cada grife dentro da empresa,

O Editorial fotográfico foi realizado para grife Morena Rosa, sendo que o foco da grife está direcionado para o público feminino na faixa etária entre 25 e 35 anos, traduzindo o conceito de modernidade, conforto e atualidade, Morena Rosa está voltada para mulheres jovens, ousadas e sensuais. Um dos principais diferenciais da empresa é de produzir roupas exclusivas, com detalhes feitos à mão.

Visando demonstrar o potencial da marca e também a atitude presente nas peças da Morena Rosa, a locação para a sessão de fotos foi especialmente desenvolvida para refletir o forte conceito presente nas peças da grife, sendo que um automóvel Fusca vw 1300, ano 1964 foi utilizado para demonstrar o universo do automobilismo, este que à tempos era somente presente no meio masculino, para somar os dois universos, as modelos realizavam ações que são ditas como sendo somente masculinas, mas sempre com feminilidade e atitude, como o ato de trocar pneu e verificar possíveis problemas mecânicos do automóvel.



## 6 CONSIDERAÇÕES

Através da prática proporcionada pelo Editorial de Moda, conseguimos relacionar as técnicas e teorias aprendidas em sala de aula, contribuindo para o nosso crescimento e aprimoramento pessoal e profissional. Mais do que isso, foi possível identificar um campo de atuação para o publicitário, visto que percebe-se uma carência criativa nas imagens fotográficas de moda. A oportunidade de executar todas as etapas de uma seção de fotos foi de extrema valia para a formação, mas a contribuição teórica que fundamenta não só este trabalho como a própria disciplina de Fotografia permite lançar o olhar para além do visível, para além das modelos em si, mas para aquilo que transmite,

Uma boa foto é resultado de trabalho em equipe, feeling de captação da imagem e da luz por parte do fotógrafo, mas ela ocorre muito antes do resultado final. Ainda no plano das idéias é que a imagem se configura na mente e ganha corpo na prática. Esse exercício rompe com a banalização da fotografia do apertar o botão sem pensar antes. Esse talvez seja o grande desafio da atualidade, pensar além.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FOLTS, James (org). **Manual de fotografia.** São Paulo: Thomson Learning, 2007.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia: interferências midiáticas no cenário religioso.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

RAMALHO, José Antônio. **Escola de fotografia.** São Paulo: Futura, 2004.

ROSA, Ana Paula. **Guerra de imagens: agendamento e sincronização do olhar pela mídia.** Coleção Recém- Mestre. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2008.