



## Vaidade Masculina<sup>1</sup>

Ana Letícia PIE<sup>2</sup>

Gustavo KRELLING<sup>3</sup>

Paula Danielle JUST<sup>4</sup>

Viviane MARTINS<sup>5</sup>

Maria Zaclis Veiga FERREIRA<sup>6</sup>

Universidade Positivo, Curitiba, PR

### RESUMO

O produto é uma reportagem televisiva que aborda a temática da vaidade masculina. A narrativa do vídeo é conduzida de forma teatral pela história da indumentária masculina – dos tempos de Luís XIV até a atualidade – intercalada com depoimentos, dados e opiniões de personagens da contemporaneidade que fazem parte do universo estético do homem. A reportagem suscita questões como o preconceito estereotipado do senso comum sobre a vaidade masculina, a opinião feminina sobre o assunto e o crescimento do mercado para esse nicho consumidor.

**PALAVRAS-CHAVE:** reportagem; televisão; vaidade masculina; indumentária.

### INTRODUÇÃO

A reportagem televisiva experimental pretende abordar a questão da vaidade masculina de forma diferenciada. Para isso, se busca um referencial teórico na bibliografia da história da indumentária masculina. O material encontrado irá definir o roteiro da reportagem. Constata-se, através da pesquisa, que o homem se preocupa com a aparência há muito tempo, porém, no século XVII, sob a figura de Luís XIV, se observa o ápice dessa vaidade. Esse personagem (Luís XIV) é o fio condutor da narrativa, que vai se modificando de forma teatral através da história da vestimenta até o homem vaidoso da contemporaneidade. Aspectos da história da arte visual e referências à música de cada período em questão também são pesquisas que aparecerão na reportagem, explorando, dessa maneira, as possibilidades de linguagem do meio televisivo.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Produção em jornalismo informativo – Noticiário, Reportagem, Entrevista. modalidade : r.

<sup>2</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: nale.mp@hotmail.com.

<sup>3</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: gugakrelling@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Jornalismo, email:paulinha.just@hotmail.com .

<sup>5</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Jornalismo, email:vivim22@aol.com.

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email:m.zaclis@gmail.com.



O trabalho propõe a pluralidade de opiniões, diversas fontes são consultadas, desde especialista no assunto, homens que se preocupam com a aparência, até transeuntes que circulam em um parque municipal. Essa pluralidade serve para traçar o perfil do homem em questão, banindo, dessa maneira, possíveis estereótipos. Além do preconceito, a reportagem pretende abordar a visão feminina sobre o homem vaidoso, o crescimento do mercado de cosméticos masculinos no país e espaços comerciais destinados exclusivamente para esse público.

Questões técnicas também são exploradas no vídeo. Para a ambientação cenográfica de Luís XIV e os demais personagens que ambientam a reportagem (o dândi, o almofadinha, o motoqueiro dos tempos da brilhantina e o hippie) se faz uso experimental do cromaqui.

Todos os aspectos citados anteriormente contribuem para a intenção principal dessa matéria televisiva, criar uma visão inusitada da temática proposta.

## **2 OBJETIVO**

- Executar uma reportagem televisiva através de uma perspectiva inusitada;
- Explorar as linguagens permitidas pelo meio televisivo;
- Inserir a dramatização em um produto jornalístico;
- Experimentar o recurso técnico do cromaqui;
- Apresentar elementos que permitam a desmistificação sobre o tema.

## **3 JUSTIFICATIVA**

O homem contemporâneo, inserido em um contexto urbano de agilidade e competitividade, busca uma aparência que contribua para a sua autoestima. Segundo a rede de cosméticos O Boticário, os produtos masculinos de beleza crescem 50% acima da média do mercado. Esse crescimento é a prova da preocupação do homem em cuidar de sua aparência. Os dados chamam a atenção, mostram a atualidade do tema, por essa razão o assunto é escolhido para a reportagem.

A equipe, ao elencar o tema, procura uma abordagem inusitada para banir o estereótipo e a superficialidade, com que geralmente o assunto é visto na mídia. Vai-se em busca dos livros de indumentária para buscar uma retrospectiva histórica da vaidade masculina. Verifica-se que não é de hoje que o homem se preocupa com a sua aparência. Na Era Glacial, Nery (2004) defende que, o homem, ao mostrar dentes e garras de animais ao redor do pescoço, queria se impor aos demais, era uma espécie de vaidade. A história da vestimenta e dos

costumes vai sendo construída e se percebe um ápice da vaidade masculina no período barroco, na figura de Luís XIV. É nesse momento que o homem passa a usar maquiagem, salto alto, renda, perucas e outros adornos, que hoje, por vezes, são considerados elementos do universo feminino.

A moda na corte do Rei Sol, Luís XIV, era dirigida por Mme. de Montespan, sua concubina. O cabelo comprido e farto levava uma opção propícia ao exagero: as perucas usadas pelos homens passaram a ser símbolo da nobreza, sempre cacheados, louras ou vermelhas, tão vistosas e volumosas que obrigavam o porte do chapéu sob o braço esquerdo. Por comodidade, então, os homens mandavam cortar o cabelo curto ou mesmo raspar o crânio; em casa, substituía-se a toca de veludo por brocado. A roupa masculina evoluía mais do que a feminina.” ( NERY, 2004, p. 129, 130)

Pela relevância desse período histórico para a vaidade masculina, essa personagem (Luís XIV) é a figura inicial que conduz a história. Optamos, após essa descoberta, por começar a reportagem com uma teatralização desse período, remontando o local (Palácio de Versailles), a vestimenta, a maquiagem e a postura desse homem vaidoso do início do século XVIII.

A escolha da teatralidade – encenação – para a reportagem é o diferencial que pretendemos conceder ao trabalho, a pesquisa histórica mostra que o homem sempre se preocupou com sua vaidade, isso é normal. Dessa forma, procuramos banir o estereótipo contemporâneo.

A linguagem teatral continua na matéria. O mesmo ator que interpreta Luis XIV é transformado na figura do dândi do século XIX, outro personagem masculino de forte aparência. O visual dândi se opunha ao excesso das rendas e pó-de-arroz dos aristocratas pré-Revolução Francesa. O dandismo era mais que um modo de se vestir. O sujeito dândi era narcisista, arrogante e esnobe, surgia um novo erotismo masculino. Baudelaire era fascinado pelo dandismo, ele via o movimento como uma procura pela perfeição, forma de espiritualidade, uma maneira de ir contra a vulgaridade dos círculos boêmios. Na reportagem o ator lê um livro, que demonstra sua intelectualidade e veste um lenço no pescoço, o *plastron*, importante acessório da vestimenta do dândi. Ao fundo, para compor o ambiente, está uma pintura de um pintor alemão do período romântico (época dos dândis), Caspar David Friedrich, *O Viajante sobre o mar de névoa* (1808). Na pintura, o indivíduo que observa a natureza está trajado como um dândi. A música que integra a cena é de Beethoven, músico que pertence ao período romântico.



Seguindo a cronologia, o terceiro personagem elencado pela equipe é o almofadinha da década de 20 do século XX. O almofadinha é o sujeito que faz par com as melindrosas. Segundo Braga (2007) é um homem todo alinhado e engomado, com sapato de duas cores e paletó de abotoamento duplo, o jaquetão. O almofadinha usava calças afuniladas até acima dos tornozelos, onde termina no estilo *knickerbockers* ingleses. Os homens da década de vinte eram inspirados pelos astros do cinema como Rodolfo Valentino e Douglas Fairbanks. Para compor o cenário do almofadinha se utiliza a imagem de um Ford Bigode. Carro que marca essa década e a personagem enfocada. A música também é um retrato dessa época. O jazz, o blues e o *fox* floresciam nesse contexto.

O quarto personagem é um motoqueiro descolado da década de 50 do século XX. São os tempos da brilhantina. Os meninos nos Estado Unidos, e posteriormente em parte do Ocidente, influenciados pelo *rock and roll* de Elvis Presley, adotaram a brilhantina, topetes e costeletas, além da calça jeans com a barra virada, jaqueta de couro e a camiseta de malha. Na reportagem se faz uma menção ao personagem de John Travolta no filme *Grease*. O filme é rodado nos anos 70, mas é uma referência à juventude dos anos 50. Esse homem é inserido em cenário composto por uma motocicleta, veículo que se populariza entre os jovens americanos do período. A música que compõe esse quadro é do filme *Grease*.

O Hippie dos anos 60 é a personagem que encerra a narrativa proposta pela dramatização da matéria. Temos nessa época os jovens rebeldes que anseiam por mudanças. Culturas se destacam neste período e se apresentam como decisivas: hippies substituem o pop, o poder da flor (Flower Power) com suas calças bocas-de-sino, cabelos longos e toda a jovialidade e praticidade, é uma revolução que ganha espaço em todo o mundo. A Guerra do Vietnã gera parte da rebeldia, da anticultura. Há liberdade na vestimenta e no jeito de se vestir- existe vaidade nesse homem, uma vaidade propositalmente desleixada. Esse ser hippie da década de 60 é inserido em um contexto visual do *Flower Power* e escuta a música *Imagine*, interpretada por John Lennon.

Depois dessa introdução, a matéria se compromete - através dos entrevistados e de dados - a traçar o perfil da vaidade masculina na contemporaneidade. Essa referida introdução é o que sugere a diferenciação da matéria e possibilitou a experimentação de recursos e técnicas como o cromaqui e a dramatização dentro de uma peça jornalística.



## 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após a escolha do tema – vaidade masculina – se inicia uma pesquisa bibliográfica em livros de indumentária dos autores: Marie Louise Nery, Carl Köhler, João Braga e François Baudot. A escolha de Marie Louise Nery e João Braga é feita, pois são autores que concebem uma cronologia dinâmica e sucinta de cada período da vestimenta. No livro de Nery, há grande referência visual de cada estilo, o que contribuiu para a caracterização do ator em cada momento histórico. O livro de Baudot é uma referência à moda do século XX, foi importante para retratar o almofadinha, o motoqueiro dos tempos da brilhantina e o hippie.

Após a pesquisa bibliográfica, que nos propiciou um referencial textual e visual, se inicia um processo de confecção da vestimenta, desde a escolha de tecido até a adequação da maquiagem. Alguns elementos são confeccionados por uma costureira como a jaqueta de Luís XIV e o *plastron* do dândi.

Após essa pesquisa se inicia as filmagens na técnica do cromaqui. O fundo verde possibilita, de forma prática e sem custo, a composição cenográfica de cada quadro - adequando a personagem em seu ambiente.

A escolha das fontes é outro elemento relevante dentro da reportagem. A voz de um especialista sobre o assunto é representada pelo consultor de moda masculina Lula Rodrigues - que escreve sobre moda masculina no jornal O Globo, consultor de produtos masculino da rede O Boticário e já lançou um livro sobre o assunto. O personagem, homem vaidoso, é representado por um empresário, Adriano Paes de Sousa. Ainda há a empresária da Barbearia Clube Coisa de Macho, Meiri Ferreira, que trabalha com o público proposto pela matéria.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

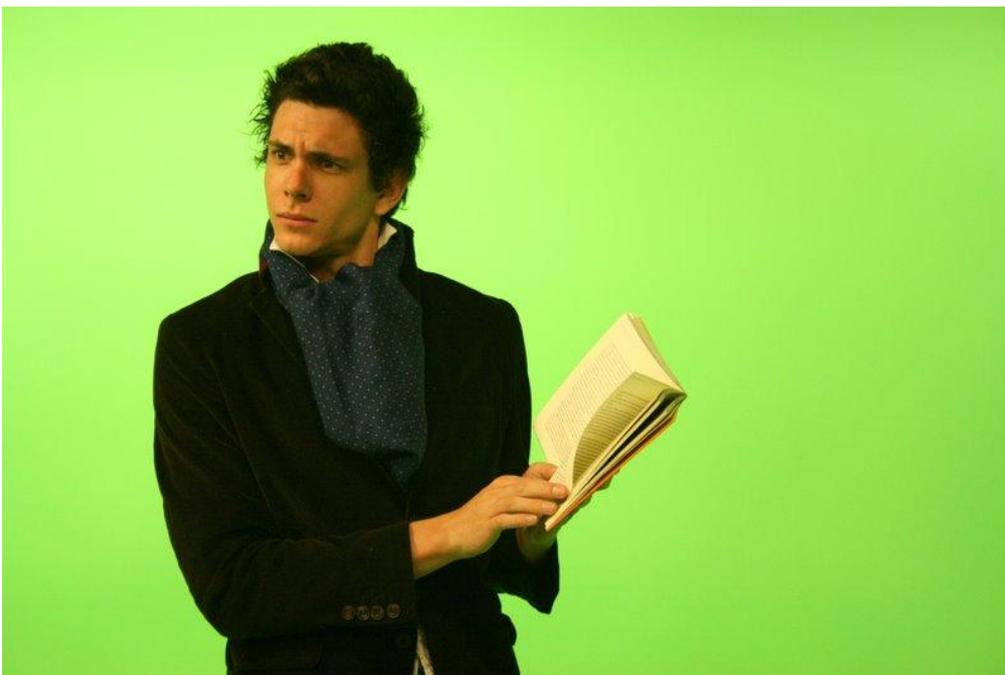
Como descrito anteriormente, o diferencial do projeto está em sua característica dramática dentro de uma reportagem jornalística. Seguem as imagens do processo de filmagem da introdução da matéria - que aparecerão também ao final com a música *Homem com H*, de Ney Matogrosso, gerando uma carga de humor e unidade à matéria em função da repetição das personagens.



1º quadro – Luís XIV



2º quadro – Dândi





3º quadro – O almofadinha



4º quadro – O motoqueiro dos tempos da brilhantina



## 5º quadro – O hippie



## 6 CONSIDERAÇÕES

Acreditamos, com esse trabalho, mostrar como a pesquisa visual e a dramatização podem suscitar uma inteligência extra ao produto jornalístico. O aproveitamento visual e sonoro, disponível pelo meio televisivo, pode contribuir para pluralidade de informações transmitidas ao telespectador. O cuidado visual (estético) concedido à reportagem é relevante, pois leva aos espectadores uma carga de informação visual e mesmo de uma forma implícita uma alfabetização visual - sem ser didática.

O cromaqui, utilizado para a ambientação dos cenários de cada quadro, foi um elemento técnico que garantiu a potencialização da linguagem visual.

Nossos objetivos foram atingidos com a reportagem, inclusive no que diz respeito ao preconceito da temática. Acreditamos, que mostrar a pluralidade de homens ao longo da história ajuda a romper barreiras e estereótipos que são encontrados no pensamento comum da contemporaneidade.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDOT, François. **Moda do século**. Trad. Maria Thereza de Rezende Costa. São Paulo: Ed. Cosac & Naify, 2000.

BRAGA, João. **História da Moda**: uma narrativa. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi. 6ª ed. Rev., 2007.

KÖHLER, Carl. **História do vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária**: subsídios para a criação de figurino. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

SCHELLER, Fernando. Cosmético masculino ganha força e cresce 50% acima do mercado. **G1 notícias**, São Paulo, 27/04/2008. Disponível em: <[http://g1.globo.com/Noticias/Economia\\_Negocios/0,,MUL426685-9356,00.html](http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL426685-9356,00.html)>. Acesso em: 12/03/2009.

SODRÉ, Muniz. **A Máquina de Narciso**: Televisão, indivíduo e poder. 3. Ed São Paulo: Cortez editora, 1994.

WILTON, Mauro. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

WOLF, Norbert. **A pintura da era romântica**. Köln (Alemanha): Taschen, 1999.