



Editorial de Moda¹

Michelle Karoline B. GAZABIN²

Daniel OIKAWA³

Faculdade Internacional de Curitiba, Curitiba, PR

RESUMO

Inspirado no ambiente sombrio dos filmes de terror, na urbanização dos Dandis do século XIX, e nas revoluções e guerras do século XX, produzi um editorial de moda que fizesse refletir sobre como a sociedade influencia a moda, e como a moda propõe uma releitura da sociedade. O editorial traz uma nova proposta de apresentação, em que não vemos somente a peça que se deseja vender, mas todo um conceito da imagem: a iluminação pobre e as paredes quebradas remetem o caos da guerra, a transformação das revoluções e reverenciam a estética dos filmes de terror; a cartola, a pá e a expressão do modelo remetem à imagem de Zé do Caixão; a cartola, principal acessório dos Dandis, é a peça-chave do editorial, é o elemento de ligação entre todas as ideias, mesclando as roupas de uma marca jovem e contemporânea com os dramas da história e a nostalgia de um período que não se esqueceu.

PALAVRAS-CHAVE: Dandis; Cartola; Terror; Reconstrução.

INTRODUÇÃO

O trabalho a seguir tem por finalidade apresentar um editorial de moda. Com foco no produto, as fotos trazem uma nova proposta de apresentação, em que não vemos somente o produto, mas todo um conceito de reflexão por traz da imagem. As peças utilizadas fazem parte da coleção "Casa", da marca Madame Ozzelly. O personagem que o modelo representa lembra filmes de terror, como os de José Mojica Marins, o Zé do Caixão, que iniciou sua longa jornada com o filme *A Meia-Noite Levarei Sua Alma*, 1964. O que poucos sabem é que a capa preta e a cartola, principal figurino utilizado por Zé do Caixão, é baseado no personagem Dr. Caligari, do filme *O Gabinete do Dr. Caligari*, de 1920, filme que marcou o expressionismo alemão, movimento criado no pós-guerra, dando início ao gênero Terror, influenciando, ainda, o cinema hollywoodiano.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Produção Editorial, modalidade Ensaio Fotográfico (conjunto)

² Aluno líder do grupo e estudante do 2º. Semestre do Curso de Produção Editorial e Multimídia, email: michellegazabin@hotmail.com.

³ Professor de Técnicas de Fotografia e Orientador do Trabalho.



2 OBJETIVO

Produzir um editorial de moda composto por uma construção (revolução), um assassino (a mudança) e sua vítima (a sociedade), ressaltando elementos do final do século XIX e trazendo para a moda de hoje elementos dandianos, como cartolas e suspensórios. Pretende-se, ainda, construir um editorial de moda com foco no conceito, provocando a desconstrução da estética do belo e utilizando o terror e um homem “normal” como forma de aproximação do leitor ao produto que se deseja vender. De acordo com McKenna (1992, p.58), essa é uma das bases do marketing de relacionamento, "é o conceito de intangibilidade do produto ou serviço o trabalho intensivo com a área subjetiva da mente lutando para que ele se torne fiel a marca".

3 JUSTIFICATIVA

Na sociedade individualista, o tempo se torna o principal inimigo do homem contemporâneo. No livro IV de *A República* Platão vê toda a cidade-Estado dividida em "duas cidades" _ "Uma cidade dos pobres, e a outra dos ricos, uma em guerra com a outra", a lei do mais forte faz com que o homem se recrie a todo momento, portanto temos que viver em constante reconstrução. A fotografia, assim como a moda, sempre acompanhou a evolução e a destruição do homem. Nesse sentido, a guerra seria apenas uma palavra se não existisse a fotografia. Henri Cartier Bresson, fotógrafo francês, considerado por muitos o pai do fotojornalismo; e Robert Capa, fotógrafo húngaro, que fez a cobertura fotográfica do Dia D, e faleceu durante cobertura da guerra da Indochina ao pisar em uma mina, são personagens importantes que registraram fatos da sociedade e, principalmente, de guerras.

O projeto, portanto, se dedica à busca incessante pelo registro, pela reconstrução e pelo lado sombrio que temos que criar em nossa própria forma de viver, fazendo uma *mix* de elementos de vestuário do século XIX, século em que o homem se vê cada vez mais obrigado a pertencer a um tipo de classe, segundo Marx (1882, p.23) "não obstante sua pose feudal e orgulho de linhagem, se aburguesou inteiramente com o desenvolvimento da sociedade moderna", neste estudo sobre a França do século XIX, Marx considera aburguesados os sobreviventes dessa classe "latifundiária". A cartola representa a diplomacia, que faz do homem moderno uma pessoa civilizada. O terror e o lado obscuro



que a sociedade não quer enxergar surge com uma válvula de escape do sistema. Ainda sobre o sistema, a famosa frase do Manifesto: "até agora a história da sociedade existente é a história das lutas de classes". Enxergar as coisas de uma forma macabra faz com que o homem faça parte de sua própria sociedade, sentido-se livre novamente. Fala de "a revolução provocada [por Marx] em toda concepção da história mundial... Marx mostrou que toda história anterior é a história de luta de classes".

Partindo desse conceito e estudo prévio dos elementos desejados, unidos à necessidade de desenvolver material de temática livre para a matéria de Técnicas de Fotografia, ministrada pelo professor Daniel Oikawa, do curso de Produção Editorial e Multimídia da Facinter, tive a oportunidade de juntar o conhecimento adquirido à minha formação técnica na área de Moda. Mesmo com as dificuldades encontradas na locação, as técnicas de fotografia aplicadas permitiram maior controle da imagem.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A produção fotográfica contou com uma câmera digital compacta Sony Cybershot H9, utilizando ajustes manuais de exposição, e com iluminação natural advinda de uma pequena janela e de uma lâmpada incandescente amarela, da própria construção. Iniciei, então, o passo a passo para a produção dessas fotos. A iluminação pobre da locação escolhida (um banheiro em reforma), trouxe dificuldades técnicas na fotometragem, principalmente nas situações de alto contraste, mas com os ajustes corretos de abertura e tempo, consegui os efeitos desejados. Com espaço de aproximadamente 8m², uma janela aberta de 60 x 60cm, que permitia a entrada de luz natural no ambiente, e uma lâmpada incandescente amarela.

O passo seguinte foi, então, a montagem do *storyboard*, indicando a história que seria contada no editorial, a sequência de poses, a utilização de equipamentos da própria construção, bem como o enquadramento desejado. A seguir, *casting* do modelo: optei pelo uso de uma figura exótica, com traços fortes, que representassem o público da marca, e que fugisse completamente do esteriótipo de modelos profissionais. A tatuagem, a barba e o corpo fora dos padrões estéticos da Moda contribuiu para a composição do conceito da reforma dandiana do século XIX. Finalmente, dei início à criação do *styling* e a combinação das peças, para, então, começar o ensaio fotográfico.

O editorial apresentou dez *looks*, que proporcionaram 111 fotos, permitindo a seleção que segue nesse trabalho.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Editorial fotográfico voltado para o mercado de moda. As fotos foram feitas para aplicação em ações de marketing e publicidade da marca Madame Ozzelly, de Curitiba/PR, proporcionando publicações em mídia impressa (catálogos e revistas) e digital (blog da marca).

A marca em questão, tem forte apelo ao conceito, conhece seu público e aplica, por meio de pesquisas e contato com seus clientes, estratégias para sempre adiantar-se aos desejos do público. Após *briefing* com os sócios proprietários, iniciei as etapas para produção fotográfica. O *Casting* foi sugerido pela própria marca, devendo utilizar um cliente-usuário da marca, para garantir a personalização e identificação do público. De acordo com a fotografia que traz elementos culturais, Berger (1984, p.120) dizia que a "fotografia não só representa a realidade, como também a cria e, finalmente, é capaz de distorcer nossa imagem do mundo representado".

Todo o primeiro capítulo de "O capital" (1867) traça as migrações de um casaco, visto como uma mercadoria, no interior do mercado capitalista. "Penhorar um objeto é desnudá-lo da memória", escreve o autor, "pois somente um objeto desnudado de sua particularidade histórica pode novamente se tornar uma mercadoria e um valor de troca". E, ao final, conclui: "Tornou-se um clichê dizer que nós não devemos tratar as pessoas como coisas. Mas trata-se de um clichê equivocado. O que fizemos com as coisas para devotar-lhes tal desprezo? E quem pode se permitir ter este desprezo? Por que os prisioneiros são despojados de suas roupas a não ser para que se despojem de si mesmos? Marx, tendo um controle precário sobre os materiais de sua autoconstrução, sabia qual era o valor de seu próprio casaco.

"A fotografia é um sistema de seleção visual. No fundo, tudo consiste em selecionar uma porção do cone de visão de cada um, quando se está no lugar e no momento apropriado. Como o xadrez, ou a escritura, consiste em escolher entre várias



possibilidades determinadas, mas no caso da fotografia o número de possibilidades não é finito mas sim infinito".

(John Szarkowski)

6 CONSIDERAÇÕES

As aulas de Técnicas de Fotografia me proporcionaram conhecimento para a produção desse editorial de moda, conduzindo os trabalhos de maneira dinâmica e, de acordo com o interesse e área de atuação. O controle da exposição de luz, a escolha da locação e a criação do conceito resultaram no projeto apresentado e, ainda, ajudaram na construção da imagem da marca. O público identificou-se com a proposta, o que trouxe melhores resultados de venda.

“Toda revolução tem o seguinte de singular, de paradoxal: ela mobiliza as paixões a ponto de fazer alguns perder – qualquer que seja o seu campo – o sentido da distinção do real e do imaginário, do possível e do impossível, e, por outro lado, libera (...) a vontade de se afirmarem e de se estabelecer uma ruptura entre o verdadeiro e o mentiroso”

(Lefort, mai 68)

"O Dandi deve desejar estar sublime sem interrupção, deve viver e dormir diante de um espelho"

(Baudelaire)



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARRA, Claudio. **Nas Sombras de um Sonho**: história e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Senac, 2008.

RAMALHO, José Antônio Alves. **Fotografia Digital**. São Paulo: Campus, 2004.

MARTIN, Marcel . **Comunicação** – cinema. São Paulo: Brasílieinse, 1990.

MOURTINHO, Maria Rita. **A Moda no Século XX**. São Paulo: Senac, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. (tradução de Maria Lúcia Machado). São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SOUZA, Gilda de Melo e. **O Espírito das Roupas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

FRANK, Thomas. **Deus no Céu e o Mercado na Terra** (tradução de Maria Luiza Borges). Rio de Janeiro: Record, 2004.

MUCCI, Latuf Isaias; COUTINHO, Luiz Edmundo Bouças. **Dândis, Estetas e Sibaritas**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2006.

McKENNA, Regis. **Marketing de Relacionamento**: Estratégias bem sucedidas para a era do cliente. Rio de Janeiro: Campus. 1992

FOLHA DE SÃO PAULO. **Grandes Fotografos** (Coleção Folha). São Paulo: Folha de São Paulo, 2009.



ANEXO 1









