

FOTOGRAFIA DE MODA EM GOIÁS

Fashion photography in Goiás

Autora

MOURA, Gabriela B. F. de; Graduada em Design de Moda; Universidade
Federal de Goiás bibi_ferraz_@hotmail.com

Orientador

SILVA, Odinaldo da Costa; Mestre; Universidade Federal de Goiás
odinaldos@yahoo.com

Resumo

O presente projeto é direcionado para a pesquisa de fotografia de moda em Goiás, com foco nos fotógrafos e suas produções. A escolha destes profissionais se deu pelo destaque e sucesso no mercado.

Palavras-chave: fotógrafos, moda, mercado.

Abstract

This project is directed toward the search for fashion photography in Goiás, with a focus on photographers and their productions. The choice of these professionals are given the prominence and success in the market.

Keywords: photographers, fashion, market.

Introdução

Goiás é um mercado crescente em moda. A fotografia faz parte dessa cadeia de processos pelo qual passa o produto. Porém, a cultura local nem sempre valoriza o profissional goiano.

É importante traçar um panorama do mercado de fotografia de moda e seus profissionais, para identificar os prós e contras ao consolidar uma carreira nessa área. A falta de registros bibliográficos sobre o tema impulsionou a

pesquisa. Este estudo também poderá guiar aos que se interessam e desejam se tornar profissionais e atuar no mercado em questão.

Metodologia

Para iniciar um estudo sobre fotógrafos de moda, é necessário contextualizar o momento pelo qual passa a fotografia. Os autores Valdete Vazzoler e José de Arimathéia (2005) afirmam:

“A fotografia como instrumento de moda, estabeleceu-se como seu principal veículo de maneiras diferenciadas: a fotografia de moda editorial, que compõe os editoriais das revistas de moda; a fotografia publicitária, que circula em anúncios e catálogos de moda; e a fotografia de cobertura dos desfiles. Nesses três meios os objetivos são diferentes e por isso as fotografias são pensadas de maneiras diversas” (p.241).

Baseada nesses três tipos de produção que este trabalho está sendo norteado. Cada elemento na construção da fotografia carrega significado. O uso da semiótica é fundamental no trabalho do fotógrafo.

“Tal análise consiste em tentar estabelecer um paralelo entre dois planos: o da expressão da imagem (o que ela mostra) e seu conteúdo (o que ela significa; a realidade exterior a que ela faz referência (significante) e o conteúdo material da imagem (significado)” (Idem, 2005, p.238).

Pesquiso junto aos fotógrafos os significados contidos nas imagens. Os da composição que sejam determinantes na concepção do conteúdo, passarão por esta análise.

A importância da fotografia de moda é inegável, em qualquer lugar que consuma moda.

“A moda nos propõe um signo, um imaginário no qual acreditar e com o qual se identificar (...). O aspecto documental e ilustrativo é somente uma parte bem limitada do trabalho que ela desenvolve. Muito mais relevante é a contribuição construtiva que deriva, para a credibilidade do sonho” (MARRA, 2008, p.39).

Na parte prática do projeto, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre a fotografia de moda. O segundo passo foi um mapeamento dos fotógrafos que atuam no eixo Goiânia – Anápolis.

Foram escolhidos fotógrafos de destaque e está sendo solicitada uma entrevista a eles. Nesta entrevista estão sendo feitas perguntas acerca do processo criativo e de produção. É importante tomar nota da posição do fotógrafo com relação ao mercado e quais trabalhos foram mais importantes.



Ilustração 1- Pedro Prestes. Fonte: <www.orkut.com.br> Acesso em: 9/06/2011

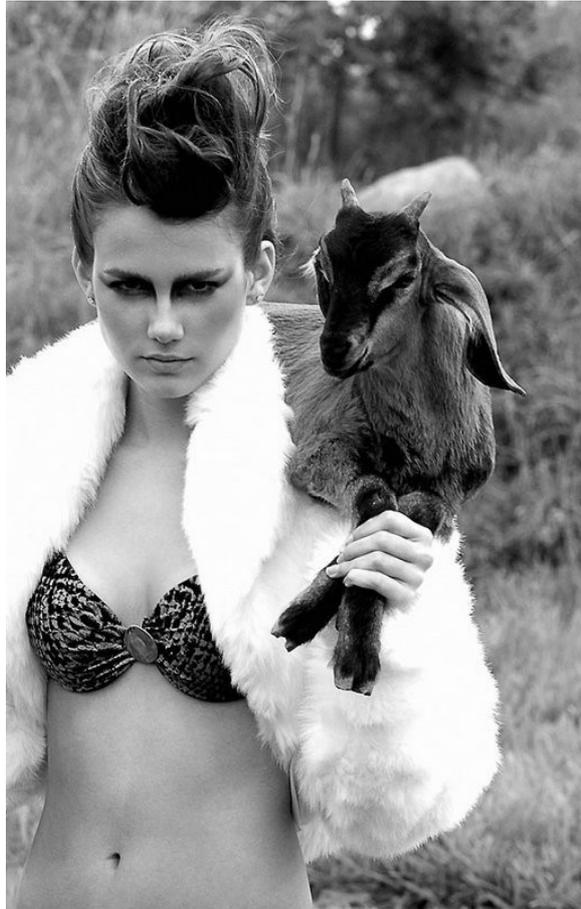


Ilustração 2- Luciano Medeiros. Fonte: <www.orkut.com.br> Acesso em: 9/06/2011



Ilustração 3- Ivan Erick. Fonte: <www.facebook.com.br> Acesso em: 9/06/2011

Analisei trabalhos publicados para tomar conhecimento da identidade fotográfica de cada um deles. Na entrevista busco informações sobre:

processos criativos, formação profissional, experiência no mercado goiano, técnicas mais utilizadas e melhores trabalhos.

Discussão

O projeto está em produção, mas já se consegue notar um esboço do que é a fotografia de moda em Goiás. Existem aspectos bons e ruins neste mercado.

O que há de melhor são as produções. Têm-se conseguido níveis estéticos diferenciados, além de serem feitas com consciência por parte do fotógrafo. Existe estudo e reflexão.

O ponto negativo é a pouca valorização e reconhecimento destes profissionais. Quando o fotógrafo deixa de ser requisitado, várias pessoas envolvidas no processo fotográfico também não trabalham, ou seja, não se movimenta o mercado.

Referências bibliográficas

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

MARRA, Claudio. *Nas Sombras de um Sonho: Historia e Linguagens da Fotografia de Moda*. São Paulo: Ed SENAC, 2008.

SOUZA, Valdete Vazzoler de; CUSTÓDIO, José de Arimathéia Cordeiro. *Fotografia: meio e linguagem dentro da moda*. In: Discursos Fotográficos. Revista do curso de especialização em Fotografia: práxis e discurso fotográfico. Londrina, V.1, n.1, jan./dez., 2005.