

Moda, Fotografia e Ivan Abujamra

Fashion, Photography and Ivan Abujamra

Barbara Evelyn - babi_bep@hotmail.com.

Keila Gonçalves - keila_ol@hotmail.com.

Tamires Voshida - tamiresvoshida@yahoo.com.

Thiago Volpato- thiagovolpato@gmail.com. ¹

Resumo

A roupa e as imagens de moda constituem um veículo de comunicação, cuja intenção é incitar o desejo de exclusividade. Por tratar-se de uma fonte de estudo sobre o comportamento humano, a foto tem a capacidade de exibir a moda e ilustrar costumes de determinada época. Ivan Abujamra, 33 anos, fotógrafo e professor de fotografia na *Escola Panamericana de Arte e Design*, compreende de maneira harmoniosa a relação entre fotografia, arte e moda, além de propor elementos próprios que constroem seu estilo.

Palavras-chave: moda, fotografia, Ivan Abujamra

Abstract

Clothes and fashion images are a communication vehicle, which intention is to incite the desire for exclusivity. Because it is a source about study of human behavior, the photo has the ability to display the fashion and customs to illustrate certain time. Ivan Abujamra, 33 years old, photographer and photography teacher Panamericana School of Art and Design, so in tune to understand the relationship between photography, art and fashion, and to propose elements that build his own style.

Keywords: fashion, photography, Ivan Abujamra

Introdução

O objetivo do artigo é descobrir como a fotografia de moda ao longo de sua história interage com a arte e como encontra na moda uma nova linguagem e significado, percebendo as marcas deixadas por seus principais

¹ Alunos do 4ºSemestre de graduação em Negócios da Moda pela Universidade Anhembi Morumbi.

colaboradores. A partir de uma entrevista com o fotógrafo Ivan Abujamra, procuramos também entender como essas conexões são vistas por um fotógrafo profissional, com visão de mercado e do futuro da fotografia no Brasil.

Fotografia e moda

A fotografia surgiu para documentar os valores da sociedade, possuindo um valor histórico muito grande. Ao longo dela, caminhou para o comportamental trazendo uma fantasia paralela ao dia-a-dia deixando o fantástico cada vez mais de lado trazendo-o apenas quando necessário.

“O ser humano teve sempre necessidade de reproduzir o real e deixar uma marca do seu pensamento para se libertar do esquecimento e da morte.” (AMAR, 2007)

Até o século XIX, a informação passa essencialmente por áreas como a escrita, a pintura, escultura entre outras. O desenho, mais ou menos fiel à realidade, é frequentemente fantasia. A chegada da fotografia vai abalar estes modos de proceder, dado que ela é de imediato considerada completamente objetiva e verdadeira. (AMAR, 2007)

Pouco depois da sua invenção, os cientistas compreendem a utilidade da fotografia e o que ela lhes pode proporcionar. Quase todas as disciplinas vão servir-se dela. A zoologia, astronomia, a medicina, a arqueologia e até explorações submarinas apropriaram-se da fotografia para ilustrar, registrar e difundir idéias e novas descobertas.

Historicamente, a fotografia tem um papel importante para os pesquisadores de moda. Por tratar-se de uma fonte de estudo sobre o comportamento humano, a foto tem a capacidade de exibir a moda e ilustrar o comportamento de determinada época, fornecendo mais informação que uma peça de roupa em um manequim.

“Assim pode-se entender a fotografia de moda, que nos diz respeito, mas diretamente, não como pura documentação, pela imagem de uma roupa, mas como transposição física da própria roupa, ou, melhor ainda, daquele evento que é a roupa vestida”. (MARRA, 2008)

Considerado um dos protagonistas da fotografia de moda, De Meyer (1868-1949), além de estar ligado à concretização e sucesso da *Vogue* e da *Harper's Bazaar*, juntou arte e moda, distinguindo algo material e mercantil (a roupa), em algo conceitual. Em uma de suas viagens, De Meyer conheceu Diaghilev, através dessa grande influência lançou um álbum de bailarinos com fotografias tiradas durante os famosos espetáculos de ballet. Seu trabalho talvez tenha sido o primeiro caso de patrocínio da arte (Paul Iribe) para a moda.

Se De Meyer inaugurou o caminho do imaginário, Steichen (1879-1973) abre o caminho da imagem, mostrando o imaginário de forma mais disfarçada e sugestiva. Steichen tinha como características uma visão mais realista, nítida, com grandes contrastes onde o próprio momento trazia um modo de vida essencial, prático e ativo. (MARRA, 2008)

Arte e moda caminham paralelamente e em meados dos anos 20 tudo muda e renova com a intenção de cortar a ligação com o passado, em constante competição com a pintura e sem saber seu lugar. Hoyningen-Huene (1879-1973), buscava a construção da imagem de forma arquitetônica. Foi dele a ideia de jogar com a posição das modelos harmonicamente e tirá-las do centro da imagem. Apesar da diversidade nos trabalhos, o minimalismo geométrico e o clássico sempre faziam parte da sua arte. (Fig. 1)



Fig. 1 - George Hoyningen-Huene - 1928

A fotografia de moda esteve sempre ligada a pesquisas artísticas, porém é com Man Ray (1890-1976) que se encontra nas artes visuais. Adepto ao dadaísmo, vivia de questionamentos. Em uma época chave para a arte e moda contemporânea, trocou o pincel por uma máquina para romper com a velha lógica, pois vivia em constante experimentação linguística. Sua maior contribuição para a fotografia de moda, foi derrubar os limites entre a pesquisa e a aplicação entre arte e moda.

Cecil Beaton, fotógrafo nostálgico que gostava de performance, foi um homem que não buscou se especializar e por isso, realizou trabalhos diversificados. Foi um amante do teatro e buscou trazer isso para a fotografia. A princípio ignorava a técnica e mostrava o conceito, ressurgindo na fotografia de moda sua busca do imaginário. Seu maior legado para a moda, foi uma fotografia tirada em 1941 para *Vogue* americana, onde uma modelo está de costas vestindo um tailleur, olhando para edifícios em ruínas bombardeados durante a guerra, mostrando que a moda é indestrutível. (Fig. 2)



Fig. 2 - Cecil Beaton - "Fashion is Indestructible", 1941

Por volta de 1930 surge a discussão do rótulo “realismo” como certa modalidade da fotografia, fato é que Munkacsi afastou-se do estúdio para fotografar ao ar livre e por fim trocou as poses por algo natural/instantâneo.

Chamado para fotografar pela *Harper's Bazaar*, os editores desejavam que à fotografia de moda fosse aplicado algo dinâmico. Trouxe o imaginário casual e comum, em vez do fantasioso, complementando o seu trabalho com o dos colegas de profissão, sendo chamada mais tarde de comportamentista.

Neste período, dois nomes surgem no cenário da moda. São eles Irvin Penn e Richard Avedon, que colocam de volta a questão: "Seguir o modelo proposto pela pintura ou seguir uma linha conceitual do real?"

Penn sempre possuiu uma grande influência que veio da pintura. Ele buscava referências de técnicas do passado e suas fotos caminham perfeitamente entre a linha do imaginário e do comportamento. Avedon é fotografia pura. As experiências na sua infância formaram o seu jeito de pensar fotografia, colocando modelos em lugares fictícios, transformando em verdade. Pensando como no cinema, adiantou uma tendência nos anos 70 chamada *narrative art* (Penn buscava uma abstração formal), Avedon criava uma mini-história através de diversas fotos (geralmente fazia ensaios fotográficos externos).

Devido ao surgimento de duas linhas nas artes visuais, os anos 60 é marcado pelo desenvolvimento de duas tendências: a *Pop Art*, que artisticamente era extrovertida e considerada uma tendência comportamentista; e a *Op Art*, que complementava com seu estilo formalista, técnico e experimental. Enquanto a Pop se manifestava no comportamento, a Op visava aspectos materiais e visuais da roupa (formal-visual). (MARRA, 2008)

A revolução sexual que ocorreu na metade dos anos 60 influenciou de forma marcante a fotografia dos anos 70 e 80. Os vestidos deviam ter personalidade no corpo que o vestia - foi além da necessidade de cobrir o corpo e passou a ressaltá-lo, seguindo o erotismo alavancado pela "revolução sexual" e a exposição e conservação da imagem do corpo. Os trabalhos fotográficos recuperaram a malícia, o erotismo e a sexualidade em geral.

Quando a fotografia de moda deixou de ser pintura para pender para o cinema e trazer no repertório um modo narrativo, o erotismo que já tinha surgido na fotografia aparece agora de um modo diferente - o *voyeurismo*, o homossexualismo, situações sadomasoquistas e julgadas pecaminosas, o gosto pela violência e cenas misteriosas e até um certo mal-estar causado por determinadas situações destoando da fotografia antes radiante e

despreocupada. A essa altura, as modelos já eram praticamente atrizes para interpretar as cenas em perfeita sintonia com os fotógrafos e a moda parece entender que a roupa é algo simples perto da complexibilidade que deviam passar aos consumidores.

Os anos 80 seguem carregados com esse erotismo e até mesmo pornografia. Helmut Newton levou as características ao expoente máximo explorando a tal ponto que criou estereótipos com comportamentos exagerados e excessivos na busca de um corpo carnal e pecaminoso. Nessa década, surge também a valorização do corpo e a busca por formas perfeitas mostrada por Newton de forma artificial onde as modelos não pareciam pessoas de verdade.

A liberação da cultura gay abriu espaço para a atuação de homens como protagonistas de campanhas, carregados com o mesmo erotismo e homossexualidade feminina, onde cada vez mais a plasticidade de um corpo bem cuidado e delineado eram evidenciados antes mesmo da roupa. (MARRA, 2008)

Diante desse entrelaçamento entre moda e fotografia, grandes criadores passaram a ser concebidos, graças à força da imagem trabalhada, em campanhas de propagandas e marketing. O funcionamento da moda na sociedade contemporânea é estimular sua função, junto da comunicação. As imagens de moda desde então teve como fundamento, gerar novas formas de consumo, e implantar sonhos de consumo no público alvo referente de cada marca.

“ Talvez seja na publicidade, e, sobretudo na moda, que a passagem do documento para a expressão tenha atingido sua maior expansão. Esta longe o tempo em que a publicidade procurava informar sobre o produto, onde a fotografia de moda descrevia as roupas.” (ROUILLÉ, 2009)

A roupa e as imagens de moda são um veículo de comunicação, onde o resultado é a busca pelo incitar desejo de exclusividade. Não pode referir-se à moda apenas coma roupas. O fenômeno está ligado a todos os âmbitos voltados para arte.

Ivan Abujamra

O fotógrafo muitas vezes é senão o executante competente das ideias dos criativos, enquanto na moda o estilo do fotógrafo é frequentemente determinante, ainda que não lhe seja permitida uma completa liberdade de ação. (AMAR, 2007)

Ivan Abujamra, 33 anos, ex modelo brasileiro de grande projeção internacional, personificou nos anos 90, a estética do modelo magro, sem corpo atlético e cheio de atitude, fotógrafo desde janeiro de 2000 e professor de fotografia na *Escola Panamericana de Arte e Design* desde 2007, assina a Direção de Fotografia em filmes publicitários e clipes musicais para produtoras como Bossa Nova Films e Sinlogo.

Seu primeiro contato com a fotografia foi na Europa (Londres, Paris, Milão) e nos Estados Unidos (Nova York, Los Angeles, Miami), quando trabalhou como modelo para os fotógrafos de moda e marcas de renome internacional.

Seu primeiro trabalho como fotógrafo profissional foi apresentado na exposição *Vogue Fashion Art* em São Paulo 2000. No ano seguinte teve seu primeiro trabalho internacional publicado na revista nova iorquina *V Magazine*. No meio publicitário contribui para empresas como Fiat, MTV, Bayer, Sony, Mapfre, Citibank e Samsung. Ivan Abujamra recebeu o Primeiro Prêmio na 8ª Bienal Internacional de Arte de Roma de 2010.

Sua relação com a moda é inevitável. Ainda como modelo, esteve atento às outras profissões que circundam esse meio. Foi quando passou interessar-se pela fotografia, ainda mais sob a influência de sua família, formada por diversas pessoas ligadas à arte e ao marketing.

Teve a oportunidade de conhecer diversos fotógrafos. Inicialmente trabalhou como assistente e mais tarde conquistando a clientela de moda dos seus tempos de modelo. Em 2000 assistenciou o fotógrafo Mario Testino, um dos principais fotógrafos de moda do mundo. Recém contratado como assistente e fotógrafo iniciante, baseava seu trabalho – no quesito comportamental e de atitude enquanto fotógrafo - nos ensinamentos de Mario Testino, preocupando-se sempre em incorporar uma linguagem própria para não reproduzir uma cópia. Além de Testino, tem referências em vários fotógrafos como o alemão Helmut Newton, um dos mestres da fotografia de

moda, e no fotojornalismo, onde é possível pegar referências de fatos reais e tentar reproduzi-los.

Atualmente, com 11 anos trabalhando como fotógrafo, diz "respirar a profissão 24 horas por dia" e busca novos horizontes dentro da própria fotografia, levando sempre algo de moda para seus trabalhos.

Para ele, não existe a fotografia comum e sim diversas modalidades de fotografia e a de moda é uma delas. Quando começou, imaginava que a fotografia de moda era algo artístico, mas ao longo da carreira entendeu que existe um mercado por trás dela: "A fotografia de moda é encantadora, mas tira a liberdade de expressão até certo ponto". Isso por tratar-se - na maioria das vezes - de uma prestação de serviço que pede a valorização de um produto.

Com seus vários tipos de trabalhos, conseguiu notar um estilo ao longo da carreira. Segundo ele, o estilo acontece naturalmente, quando ele é forçado, não é alcançado. "O estilo é uma coisa muito pessoal, tem a ver com sua bagagem cultural, seus livros, viagens, sua educação, os filmes que você viu; tudo vira referência visual e as revistas de moda também. Tudo isso vira imagem que você tem como bagagem para poder trabalhar. Tem que apostar muito no que realmente gosta e não copiar, porque isso não traz satisfação no quesito artístico."

Suas fotos mais autorais têm sempre um toque de humor - uma maneira que encontrou de quebrar as barreiras dos comumente sérios trabalhos fotográficos.

Além de seu background na moda, tem como referência as histórias em quadrinhos que lia na infância. Por isso, ao ser contratado procura "layoutar" o desenho da foto e vai sempre bem embasado nas pesquisas sobre o assunto, antes mesmo de fotografar, procurando referências não só em fotos, mas em filmes, quadros, poesia, música, pois toda a área da arte contribui para o trabalho.

Segundo Ivan, quando se começa a fotografar, os trabalhos mais frequentes na moda são ensaios e books de modelos, normalmente iniciantes, e o resultado disso é um modelo que não sabe posar com um fotógrafo que não sabe dirigir. "Isso é bom pra aprender a errar, porque é pontuando os erros que você consegue acertá-los. No início, se não se prepara, não faz uma produção e não sabe para onde está dirigindo, o que se faz é apenas o

exercício da direção. Houve uma ambiente de ensaio, mas sem a criação de uma linguagem para o trabalho"

Por outro lado, afirma que quando há fotógrafos experientes com modelos experientes, estabelece-se um ritmo onde os dois se percebem. O fotógrafo profissional a princípio já apresenta a ideia para o modelo que também já tem mais referências assim o trabalho flui melhor.

A direção de um fotógrafo de moda profissional está muito mais ligada ao exercício de contar a história e dizer onde você quer chegar do que somente nas poses. "Isso dá uma engessada no trabalho. Alguns realmente pedem isso, mas quando se tem um trabalho um pouco mais livre, o ritmo faz fluir. A direção é uma questão de prática. Cada fotógrafo tem um caminho diferente para chegar ao objetivo da foto."

Apesar de possuir imagens impressas em livros de arte como *Visionaire* (41), *The Art Book Brasil* e *Imagens de São Paulo vol. 2*, expor seus trabalhos em diversas galerias de arte como Britto's Central (Miami) e feiras de arte como Mercada Internacional de Arte Contemporânea de Padova (Itália), Abujamra considera que é preciso manter-se focado: ou o esforço está direcionado no reconhecimento ou ao trabalho em si. "Basicamente o esforço do fotógrafo e de fazer um bom trabalho independe de para quem ele é feito".

Com a facilidade que existe de qualquer um virar fotógrafo, ao mesmo tempo em que compete com grandes nomes, perde o orçamento para alguém que acabou de começar, e esse reconhecimento além de satisfação, é o combustível que o motiva a continuar na área.

Não se considera um grande vendedor de arte, é mais focado em seu trabalho autoral e no seu conceito. "Claro que ele- o trabalho- precisa ser vendido e exposto, mas isso depende dos bons contatos que são feitos ao longo da carreira." Além disso é mais seletivo em relação à escolha dos trabalhos. Como as fotos são bens duráveis e de caráter marcante, evita realizar projetos que não sejam tão interessantes para sua composição criativa, pois não é sua intenção fazer apenas prestação de serviço.

Cada trabalho tem uma característica específica: uns são feitos por diversão, outros pelo dinheiro, outro pela liberdade autoral ou ainda pelo desafio técnico. Gosta de fotografar todo dia, de vestir a câmera, usá-la como um acessório e não sair de casa sem ela. Tem preferência em fazer trabalhos

mais conceituais, com um olhar de moda. Mesmo em retratos, tem uma preocupação a mais com a produção de moda, tem o olho direcionado para essas questões. Por isso, ele mesmo escolhe os profissionais que gostaria de trabalhar para se preocupar apenas com a fotografia.

Seu trabalho favorito e que marcou sua entrada na publicidade foi os coelhos para MTV: quatro fotos de pessoas vestidas com cabeças de coelhos simulando cenas de sexo. Tem a equipe SINLOGO de ilustradores, estúdio de arte em SP e em Londres e ele fotografa os integrantes.

Acredita que o Brasil tem bastante potencial, material, luz, modelos e excelentes fotógrafos. O mercado se comporta idolatrando os fotógrafos de fora, e segundo ele, é necessário valorizar o trabalho dos fotógrafos brasileiros. Quando pensa em moda vê o mundo fechado, mas a fotografia nacional é bastante rica e poderia ter espaço pra fotografia de moda e trazer fotógrafos de outras áreas pra fazer fotografia de moda.

E para quem começa ele dá uma dica: estudar é um bom passo para trocar informações. "O fotógrafo tem uma vida um pouco solitária por conviver com concorrentes. Num ambiente de estudo isso acontece, é importante aprender a lidar com as críticas e não ficar apenas pensando em equipamento. Acho mais interessante investir em bons livros, boas referências e boas viagens. Você nunca vai parar de comprar equipamentos. É legal ir comprando aos poucos, porque é inevitável, é uma atividade constante. "

Ele acrescenta : "Quem tem a câmera, é bom fotografar, adquirir conhecimento, antes de se dizer um fotógrafo. Ajudar alguns fotógrafos brasileiros durante a execução do seu trabalho. Quanto mais fotógrafos você assistenciar, mais conhecimento você terá durante um longo tempo. No Brasil, esse hábito é falho, as pessoas assistenciam durante um ano e já acham que está bom, quando no exterior isso é até uma profissão, são assistentes pro resto da vida. Ser assistente só como um trampolim é prejudicial por não permitir que o assistente aprenda. Todos têm uma câmera, e a questão é que tipo de fotógrafo você é: profissional, amador - tudo vai da prática e da segurança que você tem na sua fotografia e assim conquistar um bom espaço no mercado de trabalho".

"O fotógrafo é responsável pelo resultado final da imagem. Precisa se preocupar com tudo. É o diretor da fotografia. O fotógrafo tem que ser um

observador, precisa estar atento. Não adianta clicar algo que você não gosta porque no fim, a foto é do fotógrafo. O bom gosto é o que conta e o bom gosto não se ensina, você adquire a partir de boas referências.”, conclui.

Considerações Finais

A fotografia evoluiu de uma forma de documentar fatos e retratar a realidade para uma expressão artística subjetiva. Com essa carga subjetiva, retrata assim como nas artes, sentimentos e sensações que o artista - o fotógrafo - deseja transmitir ou causar em quem vê sua obra. Na moda, ela ganha importância por condensar informações históricas de uma roupa e os fotógrafos, contribuem para que suas percepções sobre a estética, beleza e a realidade sejam expressas de maneira imortal através de seus trabalhos deixando uma marca própria de seus valores e referências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMAR, Pierre-Jean. História da fotografia. Editora Edições 70, 2ª edição, 2007

MARRA, Claudio tradução AMBRÓSIO, Renato. Nas sombras de um sonho - História e linguagens da fotografia de moda. Editora Senac, São Paulo: 2008.

MESQUITA, Cristiane. Moda Contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis, São Paulo; editora: Anhembi Morumbi, 2004. (coleção moda e comunicação/ Kathia Castilho (coordenação)

ROUILLÉ, André. A fotografia: entre documento e arte contemporânea. Tradução: Constancia Egreja- São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009