

INOVANDO STEVEN MEISEL SENSUAL EM PRETO E BRANCO - UM EDITORIAL DE MODA

INNOVATING STEVEN MEISEL SENSUAL IN BLACK AND WHITE - A FASHION EDITORIAL

Pricila Gelain
Graduada¹; SENAC Passo Fundo – Brasil
pricila.g@hotmail.com

Giovana de Borba
Especialista²; Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai - Brasil
giovanadeborba@gmail.com

Resumo

O presente artigo tem como objetivo mostrar a produção de um trabalho fotográfico de moda, direcionado mais especificamente a editorial de moda conceitual. Para tanto se utiliza como fonte de inspiração baseada no trabalho do fotógrafo Steven Meisel que mostra fotos sensuais, mostrando a beleza da mulher e o poder do luxo em fotos P&B, siga considerações de autores como Roland Barthes e Lipovetsky para entender a linguagem do mundo da moda.

Palavras-chaves: Moda, fotografia, produção de moda, editorial de moda.

Abstract

This article aims to show the production of a photographic work fashion, directed more specifically conceptual fashion editorial. For that is used as a source of inspiration based on the work of photographer Steven Meisel showing sexy photos, showing the beauty of women and the power of luxury in photos R & B, follow considerations of authors such as Roland Barthes and Lipovetsky to understand the language of the fashion world.

Keywords: Fashion, photography, fashion production, fashion editorial.

1 INTRODUÇÃO

Moda é a tendência de consumo da atualidade, nos remete ao mundo esplendoroso e único das celebridades. Pode ser considerado o reflexo da evolução do comportamento e foi nos anos 90 que a moda ocupou espaço dentro da sociedade e da cultura.

“A moda na atualidade se caracteriza tanto pelo seu modo de produção como também pelos seus modos de criação. A experimentação é um dado fundamental para a criação da moda inovadora. Esse tipo de criação muito se aproxima da produção artística e científica, justamente por conter elementos de experimentação e percepção de dados da sociedade ainda não codificados por uma grande maioria.” (AVELAR 2009 p.109)

A mídia e a moda se unem, exercendo a influência uma da outra e muito já se ouviu falar sobre a importância da mídia na sociedade e com qual velocidade é transmitida a informação que quer passar. Principalmente falando sobre as revistas, editoriais de moda, que tem um papel importantíssimo dentro do mundo da moda

¹ Cursando Pós Graduação em Moda, Mídia e Inovação - SENAC

² Cursando Mestrado em Design, Educação e Inovação, Centro Universitário Ritter dos Reis.

para divulgar os trabalhos dos estilistas, com todo o cuidado em detalhes, cenários, efeitos especiais se preocupam em transmitir aquilo que sente em uma fotografia.

Um dos papéis mais importantes dentro de um editorial de moda sem dúvidas é o fotógrafo, ele busca uma visão do todo, é necessário saber muito além da moda, maquiagens, retoques, artes, culturas, etc. Sigo de inspiração para este trabalho o fotógrafo Steven Meisel, um dos mais requisitados no mundo na moda.

A produção de moda para um editorial é bastante trabalhosa, o produtor de moda tem que entender de tudo um pouco, arte, tendência, cinema, música entre outros, é a base de tudo, vai ser mostrado o trabalho deste produtor passo a passo para se entender melhor a finalidade que o trás.

Segundo Ruth Joffily e Maria de Andrade “(...) o produtor de moda atua como um ‘senhor da imagem’: manipula o olhar do público através de atmosferas glamorosas; dispensando palavras, comunica o desejo através das imagens que cria.” (JOFFILY; ANDRADE, 2001, p. 12).

O produtor de moda tem uma extrema função em organizar e transmitir a imagem da moda para o público, e exige muito de um trabalho em equipe e demanda um planejamento.

O objetivo geral deste trabalho é mostrar a influência da fotografia para um editorial de moda, seguindo todas as etapas para mostrar um resultado positivo no final desta produção.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Moda, Fotografia e Editorial.

Há tempo que foto de moda deixou de focar única e exclusivamente na roupa, para transparecer outras apropriações, outros discursos, mais coerentes com o próprio ato de se vestir. O exercício do profissional da imagem da moda faz parceria com o discurso da arte na atualidade, fazendo com que sua trajetória discursiva migrasse das páginas das revistas, para a parede das galerias e para os acervos dos museus.

Hoje vivemos em um novo tempo no qual arte e moda estão próximas, vinculada uma com a outra, podemos descrever que a moda é feita para não durar, como disse Lipovetsky, “moda é moda porque a nossa relação com o tempo é a própria efemeridade” (1989, p.58).

Esta relação de tempo que Lipovetsky cita é o tempo que a fotografia de moda transcendeu para se tornar uma obra de arte. Fotografias de moda busca além de vender o produto e manipular desejos mostra o seu lado arte.

Segundo Barthes, (2009, p.444): “Na fotografia de moda, o mundo costuma ser fotografado em termos de um cenário, de um fundo ou de uma cena, enfim, de um teatro”. Desta forma acredita-se que a fotografia de moda é realizada através do desenvolvimento de ideias seguida por um tema e montando assim o cenário desejado.

Barthes (2009), afirma que a moda não fotografa apenas seus significantes. (vestuário), mas também seus significados, desde que, pelo menos, eles pertençam ao “mundo”.

A “manipulação de desejos”, implícita na maioria das composições fotográficas deste segmento, também merece análise. A indústria da moda explora muito bem as necessidades do ser humano de ir ao encontro de exigências internas

– desejos e medos se acomodam nas imagens produzidas para satisfazer esses desejos que se transformam na compra do produto. Em outras palavras, falam com eloquência sobre o “desejo de nossa imaginação de estender-se pelo mundo de significados culturais comumente compreendidos e, através deles, participar dos signos reconhecíveis de beleza e prestígio”. (BENSTOCK; TERRIS, 2002, p.137).

Portanto, as imagens fotográficas de moda atraem porque conhecem o nossa pretensão pela outriedade e nos falam que esta pretensão pode ser apaziguada.

“As imagens cumprem funções e suas funções variam com o passar do tempo independente de terem ou não caráter representativo.” (CAMARGO, 1997).

Os editoriais de moda reproduzem o comportamento humano no instante em que são publicados, e nele o conteúdo não é somente a escrita que se lê, mas tudo aquilo que nele se insere e dele se entende.

“O valor do editorial de moda está em manter o público atualizado em relação aos lançamentos e tendências.” (JOFFILY, 1991, p. 12).

O que chama a atenção dos leitores, realmente é o conteúdo informativo que sempre está atualizado nas tendências futuras de moda, eles seguem fieis a leitura e com isso dá-se mais credibilidade ao design.

2.2 Steven Meisel Sensual em Preto e Branco

“Todo veículo de comunicação trabalha com uma imagem determinada do público que pretende atingir e sua linha editorial é feita a partir da resposta obtida por esse público. Via de regra, há uma conceituação geral que vai se consolidando a partir das respostas do público as propostas apresentadas sob forma de matéria publicada. Nesse caso, o leitor se transforma ao sabor das mudanças sociais e pela influência do veículo e vice versa.” (JOFFILY, 1991, p. 69).

A influência dos veículos de comunicação é tão eficaz que tem o poder de levar a determinado habito atitude ou gosto, gerando entre as pessoas inúmeras discussões em torno de um mesmo assunto.

“Diante de uma oferta variada de estilo e realizações de moda, o público se decide ou por se sentir identificado com uma linha específica ou por fascinação. E ele só faz essa escolha após ter referências. Neste ato, nessa opção, está contida uma enorme de relações. O leitor se insere em conceitos se relaciona com tecidos e ideia ao mesmo tempo.” (JOFFILY, 1991, p. 69).

Mas de acordo com Lipovetsky (1989, p. 43), a moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro. Enfim, a comunicação é uma necessidade comum a todo ser humano.

Steven Meisel, um dos mais questionáveis fotógrafos da história nasceu no ano de 1954 na América do Norte. Alcançou sua popularidade com seus trabalhos na revista Vogue Italiana e Vogue Americana.

É considerado hoje um dos fotógrafos mais bem sucedidos na indústria da moda por fotografar regularmente para as revistas Vogue Italiana e Americana, e atualmente para a revista W. Seu interesse por beleza e modelos começou muito cedo. Estudou na escola secundária de Artes e Design e na *Parsons The New School for Design*, onde frequentou diversos cursos e mais tarde licenciou-se em Ilustração de Moda, Meisel trabalha com a beleza e sensualidade, traduz o que é

belo, correto e natural. Em seu portfólio abrange o bonito e o feio, o *kitsch* e o minimalista, o colorido e o preto e branco.

Meisel usa bastante em seus editoriais fotos preto e branco, fotografou em 1990, Madonna, que aparece ela nua com um cigarro na boca em foto preto e branco, ela foi leiloada por cerca de R\$147 mil por um colecionador anônimo. A responsável pelo leilão Judith Eurich, disse, ao jornal britânico “*Dailymail*”, que “esta é uma imagem absolutamente estonteante”. “Não é só uma foto preto e branco”, mas uma combinação de prateados com “bonitos tons de cinza” (www.madonnamadworld.com.br - Acessado 08/05/2013 23:50).

Figura 1 - Madona fotografada por Steven Meisel em 1990, foto leiloada.



Fonte: <http://celebridades.uol.com.br> acesso 08/05/2013 22:20

Um Editorial muito polêmico que Meisel fez foi para a Vogue Itália agosto de 2010, com o tema “*Oil and Water*” um editorial onde a modelo representa aves e peixes mortos em um vazamento de óleo, inspirado na terrível catástrofe no Golfo do México. Um cenário revoltante e dramático. Este editorial foi à inspiração para o trabalho proposto. Editorial Steven Meisel para a revista Vogue Itália Agosto de 2010. <http://revistacriativa.globo.com> acesso 23/05/2013 21:18

2.3 Preto e Branco

“Há uma beleza tão infinita num mundo em preto e branco onde a vaidade não o atinge, e que a verdade e a coragem permanecem. Meus olhos estão voltados para ele.” (Ghrea Macedo) <http://pensador.uol.com.br> acesso 30/05/2013 15:12.

O preto e branco está com tudo no mundo da moda, além de remeter modernidade essa dupla é chiquérrima, atemporal e muito clássica, além de adaptar-se a qualquer estilo.

"O preto domina tudo, assim como o branco. Eles são a beleza absoluta. É a harmonia perfeita. Coloque uma mulher de preto num salão de baile e todos os olhares estarão sobre ela." (Chanel) <http://casatreschic.blogspot.com.br> acessado 30/05/2013 15:28.

O preto e branco predomina até hoje nas coleções de Chanel, é uma perfeita sintonia e deixa o visual elegante. Gosto muito de usar essa combinação, tanto no verão como no inverno, transmite poder e luxo, e falando em fotos P&B, não tem segredo, em minha opinião todas as fotos feitas em preto e branco são lindas, modernas sem ter o que por e tirar. Realmente as fotos P&B me encantam me hipnotizam e é isso que quero mostrar no trabalho, no resultado final.

2.4 Ousadia e Sensualidade

Ousadia é audácia, atrevimento, uma forte qualidade daquele que tem coragem, se jogar e fazer o inesperado, chocar com uma cena forte, fazer aquilo que poucas pessoas se atrevem a fazer. É ser criativo, fazer algo novo e original.

“Hoje, as imagens de mulheres produzidas com a intenção de despertar a libido do espectador, estão ao alcance de um público cada vez maior”. O ato de fotografar é praticado por uma vasta população como um fácil gravador visual, onde o sujeito aponta sua lente para seus fetiches ou simplesmente para aquilo que deseja registrar. Desde então, cada vez mais imagens que exploram a imagem da mulher como objeto de desejo é publicado em circuitos comerciais. (MARIANA MELONI, A fetichização da Imagem da Mulher). <http://www.webartigos.com> acesso 04/06/2013 as 15:34)

Sensualidade, poder da atração, desperta desejo. Uma mulher sensual além de seduzir com seu corpo ela seduz com seu olhar, sua maneira de se vestir, e até mesmo com seu andar. Ela desperta atenção de todos, naturalmente.

Todas as figuras antropocêntricas da publicidade, as situações de afinidade do homem e da coisa, a mobilização de um imaginário profundo que buscará pela sexualidade através de uma chama de um isqueiro, a virilidade ou o desejo através de uma navalha. Essas ontologias, repousando sobre a magnitude da imaginação material, onde foram escrutados e incluídos o couro, a madeira, o álcool, o tecido. Esse onirismo e essa sensualidade, essas insistências, essas insinuações alusivas. (PÉNINOU, 1972, p.205)

Qualquer insinuação em matéria de sensualidade desperta o poder de desejo masculino, sendo que, quando a mulher insinua de uma forma sensual está despertando vontade, audácia e poder de querer.

Juntando esses dois atributos, quero surpreender com ousadia e sensualidade cada foto tirada.

3 METODOLOGIA

Neste trabalho a metodologia de pesquisa será feita através de pesquisas bibliográficas com referências nesta pesquisa será feita uma atividade prática de produção de moda.

A produção de moda foi desenvolvida através do trabalho de um editorial “Oil and Water” de Steven Meisel. Através desta inspiração surgiu primeiramente a ideia da pedreira, um lugar chocante e muito admirável para as fotos preto e branco, logo em seguida foi relacionado os pontos fortes do objetivo do trabalho, que é a sensualidade, ousadia e foto preto e branco. Foi feito o teste de fotos com modelos selecionadas pela fotografa Ana Lohr e produtora Pricila Gelain para ver qual delas interpreta melhor de acordo com o trabalho proposto. Assim foi marcado o dia das fotos na pedreira e lá levado materiais como, roupas, acessórios, calçados e maquiagem.

Uma equipe treinada e profissional foi selecionada para ajudar a desenvolver a produção de moda, tais como:

- ✓ **Produtor:** Que é o responsável para ir atrás de locações para as fotos, autorizações de liberação de roupas, calçados, acessórios em lojas, vasculhar brechós, e buscar a melhor equipe para o seu trabalho, é ele que vai coordenar toda essa equipe.
- ✓ **Styling:** Responsável por montar os looks com acessórios, sempre em harmonia seguido pelo conceito do trabalho indicado pelo produtor.
- ✓ **Modelo:** Vestindo o look é a responsável por transmitir a ideia que a proposta do tema quer passar.
- ✓ **Make/Hair:** Responsáveis pela maquiagem e cabelo das modelos com o objetivo de não fugir da proposta conceito do trabalho.

- ✓ **Assistente de Produção:** Ele ajuda toda a equipe, vai atrás das soluções se algo der errado, ajuda nos imprevistos e na parte de cenário também.
- ✓ **Fotógrafo:** O maior envolvido, tem que saber do conceito, do objetivo final do trabalho, é ele que vai transmitir através das lentes, luzes, ângulos o que o produtor definiu para este edital. Muitas vezes é o fotógrafo mesmo que edita as fotos, tratando e deixando em perfeitas condições para o resultado final.

Um *briefing* deve ser feito antes e mostrado para toda a equipe, com fotos de poses, cores e ideias para estabelecer a proposta do trabalho e o conceito da imagem que deseja passar para o leitor.

Figura 2 – Briefing



Fonte: Montagem da própria autora. <http://www.styleite.com> acesso 03/06/2013 20:33

O produtor verifica se está tudo organizado, cenário montado, luzes e fotógrafo em posição, modelo maquiada e produzida com o *look*, o assistente mostrando as posições e expressões para a modelo, E o *styling* observando se o caimento e elaboração do look estão de acordo. Este é o momento do fotógrafo começar o seu trabalho.

Depois das fotos tiradas, foi feita a seleção das melhores e assim foi começado o tratamento delas. Depois disso foram lançadas as fotos no trabalho final e conseqüentemente o resultado foi espetacular.

“O Produtor de moda constrói sonhos: ele fala de azuis da melhor maneira possível para as mais variadas vertentes” - Manu Carvalho (produtora - (JOFFILY; ANDRADE, 2001, p. 12)).

3.1 Editorial: Sensual em Preto e Branco - Resultado

Figura 3 – Marcante



Fonte: Produção de Moda: Pricila Gelain - Fotografia: Ana Lohr - Modelo: Paola K. Scheidmandel - Maquiagem e Cabelo: Lucia Campana Bender - Figurino: Pricila Gelain

4 CONCLUSÃO

Considerando que a produção de moda é uma manifestação prática e física de todas as pesquisas e ideias geradas durante o estudo anterior. A produção apresentada neste trabalho que trás como inspiração Stevel Meisel conseguiu trazer a foco polemica, sensualidade e ousadia.

A união destes três elementos teve a audácia de trazer um tema polemico e transformá-lo em algo sensual e a feminino mantendo o cenário de um ambiente frio como mostrado no editorial de Meisel para a revista Vogue Itália Agosto de 2010.

Alem de sensual e feminino as fotos conseguiram por serem em preto e branco transmitir um ar de luxo, dando mais valor para a imagem final, o resultado ficou muito bom sendo que, ao olhar as fotos percebe-se um grandioso poder de domínio.

Entende-se que a produção de moda tem uma extrema importância da construção da imagem proposta, e que é muito relevante aprofundar conhecimentos sobre o fotografo pesquisado.

“Se for encarada como manifestação, onde os dizeres se traduzem na estética visual, ela nasce nos primórdios civilizacionais, quando as peças de vestuário deixam de fazer parte de um quadro de funcionalidade material e surgem como elementos de um sistema linguístico cultural.” (ROCHA, 2008, p.3).

Buscando manifestar elementos culturais a proposta do editorial foi ousada por se inspirar em um editorial polemico que trata-se de um manifesto e transformá-lo em algo sensual e ousado que traz a cena beleza, feminilidade, leveza e luxo.

Toda a parte de produção de moda foi muito marcante, os assistentes foram muito profissionais e nisso se resultou em um trabalho muito especial e com um aprendizado grandioso.

Tendo isso em vista conclui-se que foi realizado um excelente trabalho e todas as expectativas foram alcançadas com sucesso.

REFERÊNCIAS

BENSTOCK, Shari; TERRIS, Suzanne. **Por dentro da moda**. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

BARBOSA, Maria Elisa Magalhães. **A Semiótica na Moda- uma imagem vale mais que mil palavras. Artigo, 2003. [online] disponível em: <http://www.filologia.org.br/viiiicnlf/anais/caderno12-05.html>** Acessado em 19/05/2012.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual** / Donis A. Dondis; tradução Jefferson Luiz Camargo. – 2ª edição – São Paulo: Martins Fontes, 1997.

JOFFY, Ruth. **O Jornalismo e a Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1991.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império de efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

JOFFILY, Ruth. **O Jornalismo e a produção de moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

CAMARGO, Isaac Antonio. **Reflexões sobre o pensamento fotográfico**. Londrina: Eduel, 1997.

BARTHES, Roland. **O Sistema da Moda**. Tradução Ivone Castilho Benedetti – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009. – (Coleção Roland Barthes).

PENINOU, Georges. **Le message poétique: l'investissement de la forme. Conformité et conformation. In: Intelligence de la publicité. Étude sémiotique**. Tradução de Daniela Novelli. Paris: R. Laffont, 1972.

JOFFILY, Ruth; ANDRADE, Maria de. **Produção de Moda**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2011.

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras;
Cores Editora, 2009

<http://madonnamadworld.com.br/tag/steven-meisel> 08/05/2013 23:50

http://pt.wikipedia.org/wiki/Fotografia_em_preto_e_branco 24/05/2013 19:50

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Sensualidade> 27/05/2013 23:28

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Ousadia> 27/05/2013 23:45

<http://www.webartigos.com/artigos/uma-mulher-sensual/71082/> 28/05/2013 20:00

<http://revistacriativa.globo.com/Revista/Criativa/0,,EMI161375-17100,00-MODELO+REPRESENTA+PEIXES+E+AVES+MORTAS+EM+VAZAMENTO+DE+OLEO.html> 23/05/2013 21:18.

<http://celebridades.uol.com.br/noticias/redacao/2012/05/14/foto-provocativa-de-madonna-e-leiloadada-por-15-mil-libras.htm> 08/05/2013 22h20min

<http://pensador.uol.com.br/frase/OTQ2NDA3/> acesso 30/05/2013 22:34

<http://casatreschic.blogspot.com.br/2011/11/preto-e-branco.html> acesso 30/05/2013 15:28

<http://www.styleite.com/media/steven-meisel-water-oil-photos/#0> acesso 03/06/2013 20:33

<http://www.webartigos.com/artigos/a-fetichizacao-da-imagem-da-mulher/97620/>
acesso 04/06/2013 as 15:34)