

STYLING DE MARTINEZ

A imagem de moda no editorial “Veredas Tropical”

Styling by Martinez
The fashion image from editorial “Veredas Tropical”.

Furtado, Bruno; Discente da Especialização “Moda, Arte e Contemporaneidade”; Universidade Salvador; bunofurtado@hotmail.com

Ribeiro, Graziela. Mestre em Artes; Universidade Federal do Pará; Docente da Faculdade Estácio do Pará; graziela_ribeiro@hotmail.com

Resumo:

Essa pesquisa tem como objeto as imagens de moda constituída por Paulo Martinez, da revista FFWMag, do editorial “Veredas Tropical”. A metodologia versa pelo olhar antropológico, em especial por uma abordagem que envolverá as relações entre imagem, *styling*, cultura e moda. Trata-se de um estudo qualitativo, com enfoque bibliográfico, cujo campo de observação serão as fotografias de moda.

Palavras-chave: Moda, *Styling*, Imagem de moda.

Abstract

This research has the fashion images by Paulo Martinez from FFWMag magazine as object, calls the editorial "Veredas Tropical". The methodology is by anthropological look, especially for an approach that will involve the relationships between image, styling, culture and fashion. This is a qualitative study, with bibliographic approach, whose field of observation will be the fashion photographs.

Key words: Fashion, Styling, Fashion Image.

1. Introdução

O olhar para a revista FFWMag n.17 de 2009, título “Luxo”, tem como força motriz a cidade de Belém do Pará, onde se buscou elementos para a construção da composição dos looks, do cenário, comportamento e ambientes para as locações do editorial “Veredas Tropical”. Nesse, tem-se a narrativa argumentada por uma mulher exuberante, que gosta do extravagante, usa as roupas do verão e sofre com o calor, porém não pensa na simplicidade. Desse

modo, as vertentes do luxo são posadas em cada página do editorial em questão.

O enfoque do artigo se projeta nesse editorial de moda, pois a imagem de moda possibilita significativamente o desmembramento da narrativa em temas dentro do âmbito da cultura, antropologia, comunicação, sociologia, design, comportamento, paleta de cores, textura visual, identidade e consumo. Portanto, busca-se a discussão destes temas por meio do desmembramento da imagem de moda e como essa pode gerar um novo no diálogo entre esses temas, os quais são pontos proeminentes na esfera da moda, potencializam as articulações além do sistema de moda e discutem através dos fragmentos imagéticos pensamentos advindos da sociedade.

As composições de moda para a revista FFWMag buscadas neste artigo, são assinadas pelo editor e *stylist* de moda Paulo Martinez. Este está no panorama da moda nacional há mais de 25 anos, é um profissional que trabalhou para grandes nomes, sendo um desses a Regina Guerreiro, editora de moda da revista Vogue Brasil na década de 1980 e responsável por um olhar que alcança a atmosfera da imagem de moda para o desejo e sonho do fruidor. Por meio deste olhar trazido ao longo de sua trajetória profissional, Martinez constitui as suas imagens de moda que se projetam além das esferas *fashion*, ao inserir conteúdos de outros conhecimentos no *styling* de moda.

Segundo Regina Guerreiro afirma sobre Paulo Martinez, em depoimento para o livro “A moda é F#%@”, “Seus trabalhos, now, voam alto, cada vez mais alto, tanto que -muitas vezes- ultrapassam os limites do que seriam simples imagens de moda. Em verdade, juro, beiram pinturas incríveis, beiram obras de arte” (2014). Por conseguinte, observa-se a potencialidade marcante na imagem de moda criada por Martinez, quão significativa seus trabalhos são para a moda, arte e cultura brasileira.

A discussão desses temas é explorada por Paulo Martinez, editor de moda da revista FFWMag, o qual é conhecido pelos seus trabalhos como *stylist* ao conectar os assuntos e produz uma imagem de moda criativa, questionadora, provocante, ousada e que estimula um deleite pelos fruidores da revista. De tal modo, o olhar aguçado deste profissional advém da maneira que ele proporciona uma perspectiva inovadora, desenvolve narrativas singulares as quais se diferenciam da mesmice.

Neste viés, as problemáticas trazidas por meio da imagem de moda do editorial “Veredas Tropical” são: como Paulo Martinez provoca uma conexão de elementos, vestuário e acessórios, de culturas diversas em um look? Quais maneiras a imagem de moda pode questionar os hábitos contemporâneos? Como Martinez se apropria dos elementos culturais para produção do *styling* de moda? Qual a importância do profissional *stylist* para a construção da imagem de moda nos editoriais de revista especializada?

A metodologia da pesquisa aborda o método de dialética de ação recíproca discutido por Maria de Andrade Marconi e Eva Maria Lakatos (1985), os quais os hibridismos de informações coletadas para constituir a imagem “não são analisados na qualidade de objetos fixos, mas em movimento: nenhuma coisa está “acabada”, encontrando-se sempre em vias de se transformar, desenvolver; o fim de um processo é sempre o começo de outro” (MARCONI. LAKATOS. 1985. P. 101). Assim, a imagem de moda é vista na pesquisa de forma dinâmica, onde o conceito trabalhado pode ser desdobrado em uma variedade de possibilidades de identificação e as formas que a persona pode ser concebida visualmente para o fruidor da revista.

Aprofunda-se o estudo bibliográfico de caráter interdisciplinar e um olhar mais apurado para captar os discursos representados nas imagens de moda criadas por Paulo Martinez (2014), pois a heterogeneidade de origens étnicas envolvidas nos repertórios de moda dos trabalhos de Martinez articula-se com a miscelânea que habita na construção da identidade brasileira.

O objeto do estudo são as revistas de moda, as imagens fotográficas, em cujas análises visuais serão destacadas a presença do corpo, pois, como afirma Miriam Goldenberg (2011), “o corpo” é mais importante do que a roupa, ele é a verdadeira roupa: é o “corpo” que deve ser exibido, moldado, manipulado, trabalhado, costurado, enfeitado, escolhido, construído e produzido. Por conseguinte, este “corpo” e seu leque de configurações são inseridos na cultura brasileira, e assim é apresentado e representado através do *styling* de editoriais de moda. Neste contexto, o *styling* de moda focado na pesquisa aprofunda-se nos desdobramentos propostos imagetivamente, analisando a construção do sujeito por meio do corpo e da roupa.

Diante dos questionamentos os quais costurarão este artigo, tem-se como elos principais para buscar argumentos e novas perspectivas, a visão de

Gilles Lipovetsky (2009), no livro “O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas”, que traz um panorama social até abordar o comportamento do sujeito na sociedade contemporânea; Paulo Martinez (2014) em “A moda é F#%@”, coleta depoimentos sobre ele, a partir da visão de profissionais relevantes no cenário da moda nacional; reapresenta algumas imagens de editoriais importantes na sua trajetória como *stylist* e editor de moda; e mostra ao leitor a pulsação dos trabalhos realizados para a contribuição de um novo olhar a cultura brasileira e ao editorial de moda.

Também no livro “Styling e Criação de imagem de moda” organizado pela Astrid Façanha e Cristiane Mesquita (2012) que é composto por alguns artigos que trazem em pauta discussões sobre: criação de imagem e pesquisa em *styling*; imagem de moda: experiências, linguagens e conexões; imagem pessoal; comunicação e imagem e entre outros. Dessa forma, eles auxiliarão a compreender a imagem de moda e a conexão dela com os temas abordados no editorial.

Assim sendo, os três livros basilares e mais outros autores apoiaram a construção do argumento em torno da criação do *styling* de moda, em destaque o editor de moda Paulo Martinez; a relevância do editorial “Veredas Tropical” e todo seu entorno; as possibilidades de questionamentos relevantes dentro da produção da imagem de moda em editoriais de moda.

Em suma, a pesquisa “Styling de Martinez” por intermédio dessas provocações de novas perspectivas e discussões em torno da imagem de moda nos editoriais tem como principal viés trazer o trabalho do *stylist*, através de Paulo Martinez, para cena principal, o qual tem fundamental relevância no hibridismo dos temas direcionados na imagem para os fruidores das revistas, sendo a linha condutora da discussão que é gerada em torno do conjunto formado entre: imagem, vestuário, acessórios, locação, composição de cena e referenciais teóricos.

2. Conexão cultural

A categoria cultura revela-se de maneira transversal ao longo da história das ciências humanas e sociais, em especial no campo antropológico, em que a abordagem do conceito de cultura é central nesta disciplina; e diferencia-se desta no estudo do Outro, dependendo da perspectiva visada, seja estruturalista, funcionalista, evolucionista, dentre outras. Longe do conceito

monolítico e homogêneo, conforme nos apontam as teorias modernas sobre cultura, esta tem um caráter dinâmico, em que cada sistema cultural está sempre em mudança, podendo ser expressa no plural, como culturas (LARAIA, 2006; GONÇALVES, 2007).

Por esta ótica, Martinez articula os temas em seu *styling* de moda, ao possibilitar a relação de referências culturais distintas em um único corpo. Em uma das fotos do editorial “Veredas Tropical”, Martinez associa os traços e formas característicos da cultura marajoara e indígena, exibida nas linhas do vaso na frente da modelo, com pedrarias no rosto da mesma. Por meio deste componente, as linhas se formam, porém, elas são projetadas por um material brilhoso, provavelmente cristais *Swarovski*, o qual garante um visual glamoroso, sofisticado e em destaque, relacionando com o tema central da edição da revista, “luxo”, o qual busca o esplendor em Belém e em outras partes do globo.



Figura 1- Imagem do editorial "Veredas Tropical".

As linhas que fazem parte da arte do vaso marajoara, estão no rosto da modelo, também na blusa em preto e azul e nas tábuas da residência em segundo plano. Assim, pode-se identificar que Martinez utiliza-se de um dos princípios da arte no espaço bidimensional e tridimensional, a linha, para direcionar como um fio condutor para a formatação do *styling* de moda nesta imagem. De tal modo, as linhas remetem-se aos traçados feitos nos corpos dos índios e apresentados aqui em planos diferenciados, como vestuário, vaso, adereços de maquiagem e nas frestas das tábuas de madeira.

O hibridismo cultural é visto ao inserir na composição da modelo a trança e o formato como a mesma é feita no cabelo, agregando aos elementos

indígenas, a imagem da mulher greco-romana. Por conseguinte, ao analisar este elemento referente a características de culturas distintas, percebe-se que Martinez prega na imagem da modelo um *status* de deusa grega, onde ele adiciona um poderio feminino na composição da imagem de moda e remete-se a força da mulher na história da humanidade.

Ao descer o olhar para a blusa, lembra-se um formato de pala egípcia e as listras fazem uma conexão com a indumentária de faraós, sacerdotes e outras personalidades do Egito Antigo. Assim, nota-se que os recortes de imagem do painel de referências de Martinez para a composição da fotografia, retorna aos elementos os quais abordam objetos e formas particulares de uma cultura dos primórdios da civilização: grega, indígena brasileira e egípcia.

Diante destas análises, observa-se que “Agora todo mundo é convidado a retirar barreiras e a misturar os estilos, a liquidar os estereótipos e cópias, a sair das regras e das convenções fossilizadas” (LIPOVETISKY. 2009. P. 149). Desse modo, ao conectar com o pensamento de Gilles Lipovetsky, observa-se que Martinez cria uma mulher imponente, com as conexões de elementos de diversas culturas dos primórdios, retira da mesma uma temporalidade; descarta a definição única que pertença a uma determinada cultura, construindo uma nova mulher que dialoga com múltiplas fontes e se posiciona hibridamente na sociedade.

Denys Cuche acrescenta no posicionamento híbrido cultural, ao expor que “Toda cultura é um processo permanente de construção, desconstrução e reconstrução. O que varia é a importância de cada fase, segundo as situações” (CUCHE. 2002. P. 137). Nessa vertente, é confirmada a dinamicidade da cultura a partir do entrosamento dos sujeitos nos espaços sociais, pois com a reciprocidade de informações, a cultura de cada um se renova e é permissível a conexão de várias fontes em um corpo.

De tal modo, Paulo Martinez provoca nessa imagem de moda um atrelamento de culturas diversas, quando o mesmo destaca como característica da contemporaneidade onde os sujeitos não fazem parte unicamente de uma tribo urbana, e sim podem construir e desconstruir suas identidades.

A respeito da mesma, analisa-se pela ótica de Hall que “O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não

são unificadas ao redor de um “eu” coerente” (HALL, 2006. P. 13). Por isto, Martinez projeta essa mulher em conexão com um *mix* de estereótipos de identidades, fugindo do tradicional de como se caracteriza uma indígena, grega ou egípcia. Em suma, a figura 1 instiga uma reflexão de como o sujeito se posiciona na contemporaneidade, onde ele abraça a heterogeneidade de culturas, a partir delas, individualizando-se no meio social e (re)criando a sua identificação a qualquer momento.

A partir desses olhares, observa-se que a imagem de moda, por meio dos elementos explorados no *styling*, provoca ponderações em torno do comportamento do sujeito na contemporaneidade: analisando como um corpo que absorve o hibridismo de culturas na composição do parecer social; sem fronteiras, onde tem a possibilidade de se (re)construir por muitas vezes e possibilidade de quebrar formatações cartesianas para desenvolver um novo olhar. Enfim, essas conexões culturais são desenvolvidas na fotografia de moda, pelo *styling*, sem a amnésia de construir um universo de desejo e sonho por meio dos componentes e dos modelos envolvidos na imagem.

3. Identidade brasileira

A brasilidade arquitetada, reformulada e trazida ao longo dos anos nos editoriais de moda e desfiles é uma das propriedades do *styling* de moda de Martinez. Tais aspectos na criação da identidade brasileira fogem das barreiras do estigmatizado e alcançam profusões incríveis na elaboração dos elementos para a composição de um editorial de moda, desfile ou matérias de revistas em moda.

Ao detectar esse atributo de Martinez, nota-se que, como Ana Paula de Miranda escreve em seu livro “Consumo de Moda” que a moda “é vista como forma de expressão da personalidade, extensão visível e tangível da identidade e dos sentimentos individuais” (MIRANDA. 2008. P. 60). Dessa maneira, a projeção da identidade brasileira desfruta de inúmeras possibilidades de expressão, considerando as múltiplas manifestações culturais trazidas de outros continentes e reunidas em território nacional, também as especificidades de um indivíduo no seu cotidiano.

Esta observação ao comportamento do brasileiro habita no painel de inspiração de Martinez. Tal afirmativa é constatada em uma entrevista para

estudantes de jornalismo¹ onde ele diz que “Eu sempre procuro referências que o Brasil possa me dar, através da música, do cinema, da literatura, das artes plásticas: Tarsila do Amaral, Oswald de Andrade”. Portanto, a criação da identidade brasileira pode vir de qualquer fator, o interessante para ele é se conectar a todas as vias possíveis e, com essas informações, desenvolver sua singularidade da imagem da identidade brasileira proposta pelo conceito do editorial.

Neste editorial em específico, “Veredas Tropical”, a intenção é exibir uma mulher que habita em um ambiente úmido, quente, porém exuberante e extravagante no seu modo de vestir e nas locações fotografadas. Então, para tal, Martinez trabalha com texturas visuais, contraposição de cores, adereços na beleza e elementos que resgatam signos do Brasil.

Um dos símbolos do Brasil em ênfase na Figura 2 é a manga. A partir dela, pode-se trazer a imagem que o Brasil tem de ser um país onde é rico na diversidade de frutas. Esta, em específico, remete-se a cidade de Belém, a qual é considerada a “Cidade das Mangueiras”, pois no período da Belle Époque², o então intendente Antônio Lemos projetou corredores e praças com mangueiras grandiosas pela cidade.

Assim, Martinez se aproveita da intensidade da cor amarela da manga e realiza um contraste ousado com, em segundo plano, a camiseta de paetê rosa, fazendo um *color blocking* da cor primária, amarelo, sobre a cor secundária, rosa. Desse modo, o *stylist* brinca com a intensidade das cores, foge das regras das relações do círculo das cores (onde projeta que a harmonia está na relação entre as cores primárias, as complementares e as tríades) e relaciona ao conceito projetado de cores quentes e vibrantes, as quais vinculam-se a uma atmosfera calorosa e exuberante, proposta pelo editorial de moda.

¹ Entrevista do Paulo Martinez para os estudantes de jornalismo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=b4HZLL7905M>>. Acesso em: 13 abril de 2016.

² Conhecido também como a era da borracha, compreende um período no início do século XX de grande crescimento econômico na cidade Belém. Assim, a cidade de Belém também foi conhecida como Paris N´América. Onde o sistema de urbanização de Belém seguiu o modelo da modernização de Paris. Disponível em: <www.ufpa.br/história/index.php?option=com_content&view=article&id=53%3AAlivro-belem-riquezas-produzindo-a-belle-epoque&Itemid=1> Acesso em: 18 de abril de 2016.

Na pontuação com as cores, é necessário observar a mistura cromática na maquiagem, azul e laranja, as quais entram no clima dos tons vibrantes e costurados pela exuberância. Ampliando o olhar, nota-se que a composição da maquiagem é realizada por aplicações em pedrarias na região da testa e laterais dos olhos e também na inserção dos cílios postiços na parte inferior dos olhos.



Figura 2- Imagem do editorial "Veredas Tropical".

Dessa forma, a elaboração da maquiagem deve ter sido direcionada a partir do referencial das inserções de elementos no corpo, cultura evidenciada pelos indígenas brasileiros, os quais se diferenciam na tribo por meio dos traços desenhados e adornos usados. Este em destaque na figura 2 remete-nos a imagem de uma mulher imponente, de poder dentro do seu habitat.

O poder exaltado pelo comportamento corporal da modelo dialoga com o olhar de Roland Barthes, o qual afirma que “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” (BARTHES, 2009. P. 444). Dessa maneira, o corpo também absorve a teatralidade da imagem de moda, fazendo assim parte como um dos componentes relevantes da atmosfera desejada pelo conceito proposto no editorial.

Dessa forma, pode-se confirmar como o corpo é enfatizado também na identificação da cultura brasileira, pelo fato de ser um dos objetos de observação para tratar-se de muitas discussões dos assuntos sociais brasileiros, os quais podem ser: padrões de beleza, posicionamento de

gêneros, comportamentos urbanos, hábitos do cotidiano contemporâneo e dos antepassados, formas de expressão, as relações entre os sujeitos e entre outros.

Por meio dessas observações de como o brasileiro se relaciona com o seu corpo, é possível desenvolver várias possibilidades imagéticas que posicionam a identidade brasileira para os fruidores do editorial de moda. Diante da figura 2, a brasilidade pode ser encontrada no olhar penetrantemente atraente, provocador, sedutor e com uma sutil delicadeza na postura dos braços, o qual segura a manga que leva a boca. Enfim, o olhar pode remeter a um índio que aparentemente conquista o objeto com louvor, no caso, a manga e a protege.

Em seu livro “A moda é f#@”, Martinez (2014), exhibe os recortes referenciais para a construção da figura 2. Os mesmos originam-se da “foto de Jacques Henris Lartigue da garota comendo milho... imediatamente lembrei de Tapete Mágico, música do Caetano Veloso” (MARTINEZ, Paulo. 2014) o qual fala das mangueiras em Belém. Incluindo também os grafismos dos vasos marajoara. Como pode-se constatar, as fontes para a criação de uma imagem advêm de múltiplos berços, das relações interpessoais e do conhecimento procurado em livros, assim, diferenciando-se de algo já visto anteriormente e potencializa a criatividade do profissional.

Resumindo, constata-se na figura 2 o *styling* de Martinez que evidencia os traços potentes da identidade brasileira, como: a vivacidade frutífera, a explosão dos contrastes de cores, o resgate do período da *Belle Epoque* no Brasil, a postura da modelo que se remete a um olhar ancestral dos índios e a aplicação dos elementos na maquiagem referente ao uso de adereços corporais pelos indígenas. Finalmente, confirma-se a valorização do *styling* de moda para trazer questões do cunho histórico, antropológico, social e individual para a cena do editorial de moda, desenvolvendo assim uma outra possibilidade de enxergar o panorama nacional e contemporânea da população brasileira.

4. Styling de Moda

Por detrás da imagem de moda é necessário o desenvolvimento do processo criativo até alcançar um produto visual final satisfatório. Um desses

profissionais é o *stylist* de moda, o qual orquestrará um conjunto de vestuário, acessórios e profissionais para um sentido, o conceito, ou seja, o *styling*.

O profissional *stylist* e seu campo de atuação é debatido nos artigos os quais compõem o livro “Styling e criação de imagem de moda”, organizado por Astrid Façanha e Cristiane Mesquita (2012). Um deles é um artigo chamado: “Para além do design: *styling* e criação de imagem de moda”, escrito por Cristiane Mesquita, pontua as áreas de conhecimento que o profissional se abarca:

[...]o *stylist* deve conseguir circular em um abrangente campo de conhecimento, que inclua metodologia de pesquisa criativa, pesquisa de tendências de moda e comportamento, amplo repertório de história e cultura, teorias estéticas e noções de produção, comunicação e marketing, além de saber dialogar com áreas como design digital, fotografia e artes plásticas. (2012, P. 45)

A partir deste destaque, percebe-se que o *stylist* de moda tem princípios de observação do sujeito na sociedade contemporânea, o qual, a partir dos conteúdos adquiridos, o profissional aprofundará e conectará com a bagagem cultural de faculdade do saber que traz consigo com experiências e conhecimentos anteriores.

Dessa forma, percebe-se que o *stylist* deve ter o conhecimento sobre moda, artes visuais, fotografia, história, design, comunicação, sociologia, antropologia, cultura, noções de marketing e nos programas digitais. Portanto, este profissional sempre tem que está aberto a procura do conhecimento, para reciclar o seu conteúdo e se posicionar nos assuntos contemporâneos, ter uma performance articuladora para formatar um projeto advindo de um conhecimento amplo e em vários âmbitos.

Deste modo, com o extenso conteúdo administrado pelo profissional, o *stylist* se faz importante na construção da imagem de moda, pois é ele quem articula as fontes de pesquisa do processo criativo, compartilha o conhecimento com a equipe, seleciona o *casting*, cria o *briefing* e provoca um arsenal visual por meio da composição dos modelos.

Para a condução do processo imagético, o profissional necessita saber trabalhar em grupo e ser permissível as propostas da equipe que incrementem o conceito do editorial pelos colaboradores do mesmo: maquiador, cabelereiro, fotógrafo e modelo são os envolvidos.

Na construção da imagem de moda, a composição articula-se com o pensamento de Orlando Maneschy “A fotografia produzida por esses intermediadores do campo da cultura não se restringe a aplicação da moda, pois suas articulações estéticas flutuam para além das bordas de sua aplicabilidade”. (MANESCHY. 2002. P. 117). Neste recorte, enxerga-se o trabalho de Martinez como *stylist*, pois suas imagens produzidas dialogam além das esferas da simples exibição da imagem, do produto vendável e sim, potencializam as mesmas por meio da construção de um conceito, o qual alimenta o universo de desejo do consumidor e provoca o olhar do mesmo para algo novo, que lhe envolva, que lhe fascine a procura de saber mais pelo o produto e entender o clima da coleção ou da marca o qual está referenciado na imagem de moda.

Nesta trajetória, encontra-se Claudio Marra (2008), o qual estabelece uma diferença (hipótese absolutamente dialética e não alternativa, grifando que uma insere-se na outra, porém com suas especificidades), entre fotografia de moda (representação) e moda da fotografia (apresentação). Na primeira, a fotografia lança-se a transformação do objeto de moda em obra fotográfica, vista como uma ferramenta para divulgação, promoção e marketing de um comportamento, estilo e indumentária advindos das tendências de moda de um dado período de espaço-tempo.

Na segunda perspectiva, analisa-se que a moda pela ânsia de adentrar a moldura do Sistema de Arte, passa por uma readequação, onde a moda fotografada torna-se um ícone, equiparando-se a composição de um quadro, uma pintura. Dessa forma, a capacidade da fotografia de tornar a moda imagem e conservar certo tempo, esbarra-se com a efemeridade do Sistema de Moda, na qual possibilita o fruidor chegar a “algo” que possa viver além do horizonte de uma única estação (MARRA, 2008. P. 53).

Com este olhar de Marra, pode-se dizer que o *stylist* coordena o equilíbrio entre a fotografia representativa e a fotografia de apresentação, pois a depender do trabalho, este profissional pode potencializar mais um ou mais outro.

Na perspectiva das figuras 1 e 2 e ao reconhecer o perfil dos fruidores da revista FFWMag, nota-se que a fotografia de moda é mais explorada da forma de apresentação, pois as revistas são publicadas trimestralmente,

desenvolvem editoriais de moda que se desdobram conceitualmente e atingem um público específico da área de moda, artes, publicidades, design e afins. Assim, o objetivo da revista é em adentrar o produto de moda em conceitos e não a imagem pela imagem, como se encontra na maioria das vezes em *lookbooks*, catálogos e foto *still*.

Ao trazer a problemática sobre a imagem na moda, parâmetros sobre a fotografia, o artigo enfatiza as reflexões que o *stylist* tem que adentrar para ir desenvolvendo o seu processo criativo, pois caso tenha uma falta de diálogo consigo e com a equipe, a imagem de moda final não corresponderá ao objetivo do projeto.

Em suma, a importância do profissional *stylist* de moda se mostra com grande valor, pois este está sempre a busca pelo conhecimento; observação dos sujeitos por meio do comportamento no meio social e pessoal; as referências de história de arte e de moda; das tendências mundiais e entre outros, enxergando como esse profissional é híbrido de conhecimento e pode convergir por várias áreas, por meio dos princípios da imagem de moda. Por fim, percorre-se mais atuações que afirmam a valorização significativa deste profissional dentro da área de moda e sua extensão.

5. Considerações Finais

Falar sobre o *styling* de moda, pontuar o trabalho de Paulo Martinez, potencializar as possibilidades que a moda fotografada pode abordar, afirmam o quanto a roupa, seus desdobramentos, são relevantes para a observação dos sujeitos no campo antropológico, social, artístico, psicológico, comunicacional, de moda e cultural.

Nota-se que Martinez consegue criar painéis de referência que contemplam um hibridismo de informações, coletados a partir de anotações pessoais, álbuns de família, história da arte e entre outros, para construir uma imagem de moda que conecta todos os temas e concomitantemente instiga o olhar aguçado do fruidor. Assim, essa vinculação dos temas é feita por meio de muito estudo, bagagem cultural e um olhar 360 graus apurado.

A observação é uma das ações para provocar questionamentos por meio da imagem. Pois ela só será concebida, após a coleta de dados sobre o cenário contemporâneo e que desejos esses sujeitos buscam. Através destas

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios. In: **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre. n. 23. ano 11. p. 5-36. jan./jun. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/há/v11n23/a02v1123.pdf>> Acesso em: 29 jul. 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural pós-moderna**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. 11. Ed. Rio de Janeiro: DP7A, 2006.

LARAIA, Roque. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo. Ed. Companhia das Letras, 2009.

MANESCHY, Orlando. **Limites entre Imagens: a fotografia na moda e suas articulações entre campos distintos**. Fashion Theory: A Revista da Moda, Corpo e Cultura. Edição Brasileira, São Paulo, v.01, n.04, p115-121, 2002.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva. **Fundamentos de metodologia científica 1**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003

MARRA, Cláudio. **Nas sombras de um sonho: história e linguagens da fotografia de moda**. São Paulo. Editora SENAC São Paulo, 2008

MARTINEZ, Paulo. **Moda é F#%@**. Ed. SÃO Paulo: Luste, 2014.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo. Ed. Estação das Letras e Cores, 2008.