

STYLING DE MODA:**DANIEL UEDA EM “OPERAÇÃO TÓQUIO”***Fashion styling: Daniel Ueda in “Toquio operation”*

Furtado, Bruno Sousa; Mestrando; Universidade de São Paulo,
bunofurtado@hotmail.com¹

Kanamaru, Antonio Takao; Doutor; Universidade de São Paulo,
kanamaru@usp.br²

RESUMO: O objetivo é compreender, por meio do *styling* de moda do Daniel Ueda, a interface entre o sujeito e a sociedade, realizada no editorial de moda “Operação Tóquio”, da revista FFWMag. O caráter metodológico é qualitativo e o procedimento técnico é de estudo de caso, fazendo a análise social acerca da criação da imagem de moda pelo *stylist*.

Palavras-chave: *Styling* de moda; *Stylist*; Imagem de Moda.

ABSTRACT: The objective is to understand, through the fashion styling of Daniel Ueda, the interface between the subject and the society, realized in the fashion editorial "Tokyo Operation" of the magazine FFWMag. The methodological character is qualitative and the technical procedure is case study, doing a social analyses of fashion image creation by stylist.

Keywords: Fashion stylist; Stylist; Fashion image.

Introdução

O objeto desta pesquisa é o editorial de moda³ “Operação Tóquio”, realizado por Daniel Ueda, da Revista FFWMag⁴ n. 09 de 2008. O interesse em se debruçar neste editorial em específico, parte do título da dissertação denominada *Styling* de Moda: a criação dos *stylists* nos editoriais de moda da revista FFWMag.

¹ Mestrando em Têxtil e Moda na USP, tema da pesquisa: *Styling* de moda: criação da imagem nos editoriais da revista Mag. Graduação em Moda pela Universidade da Amazônia (UNAMA/ 2010) e Artes Plásticas pela Universidade Federal do Pará (UFPA/ 2012) e esp. em Moda, Arte e Contemporaneidade na Universidade Salvador (UniFacs/ 2017).

² Professor com Licenciatura Plena em Educação Artística-Habilitado em Artes Plásticas pelo Instituto de Artes da UNESP (1996). Doutor em Arquitetura e Urbanismo (Design) pela FAU/USP (2006). Mestre em Artes pelo IA/UNESP (2000).

³ Editorial de Moda é um conjunto de fotografias inseridos em um contexto temático para divulgar um estilista e marca Disponível em: <<https://focusfoto.com.br/esclarecendo-editorial-de-moda/>> Acesso em 28/ 06/ 2017.

⁴ FFWMag é uma sigla que significa *Fashion Foward Magazine*.

Trata-se de uma ramificação do meu projeto de mestrado em Têxtil de Moda (USP), o qual busco analisar as produções dos *stylists* nos editoriais de moda da Revista FFWMag desde o lançamento em 2006 até 2008. A revista publica em média três editoriais de moda por edição, os quais apresentam trabalhos de diferentes *stylists* nacionais.

O mapeamento dos *stylists*, assim como das respectivas criações de imagens nos editoriais de moda, seguem o período cronológico da pesquisa. Este panorama de *styling* de moda nacional construirá categorias de conceitos que esses *stylists* desenvolveram para gerar as imagens de moda das edições n.1 ao n. 11 da Revista FFWMag.

O interesse em investigar com profundidade acadêmica sobre o *styling* de moda e o *stylist* iniciou pela curiosidade em saber mais a respeito da profissão, os métodos de pesquisa e a atuação deste profissional no sistema de moda.

O termo *stylist* parte da compreensão do profissional que compõem o corpo do indivíduo, com acessórios e roupas, escolhido a partir de um processo de conceitos que serão abordados e referências, como: imagéticas, musicais, arquitetônicas, artísticas, políticas, culturais, antropológicas e sociais. Além do processo de conhecimento pessoal do profissional, fundamentalmente, ele precisa ter um repertório teórico extenso, como: história da moda, psicologia, pesquisa e criação, modelagem, fotografia, história da arte, sociologia, antropologia, filosofia e entre outros.

Por meio dessa diversidade de conteúdo na infosfera⁵, percebemos que o perfil do profissional é interdisciplinar, articulando diferentes campos do conhecimento, através deles e da visão de mundo pessoal, formar uma composição, um *styling* de moda.

Diante da necessidade de levantamento bibliográfico, o objetivo é compreender, por meio do *styling* de moda do Daniel Ueda, a interface entre o sujeito e a sociedade, realizada no editorial de moda “Operação Tóquio”, da revista FFWMag n. 09, 2008.

⁵ Uma atmosfera de múltiplas informações visuais que possibilitam o sujeito fazer relações metafóricas entre conceitos, palavras e imagens com símbolos, sequências e números (JOHNSON, 2001).

Especificamente, identificar quais artifícios do *styling* de moda este profissional se apropria para compor os modelos; analisar como o *stylist* de moda cria uma atmosfera brasileira mesmo quando o tema central é o Japão; compreender o diálogo entre a ideologia da sociedade e as imagens de moda geradas.

A inserção da revista FFWMag como material para análise acontece ao perceber que ela é um fenômeno no mercado nacional. Pois aborda aspectos teóricos e imagéticos do sistema de moda que não segue a ideologia vigente de outras revistas de moda e é construída para servir de inspiração aos leitores.

Exemplificando, ela se integra como moda fotografada⁶, onde encontra no estatuto da arte uma estabilidade, transmite a atmosfera sugerida na fotografia, proporciona diferentes óticas sobre um tema e produz questionamentos por meio da imagem de moda.

Como diretor responsável, Paulo Borges realiza uma revista colocando o leitor a experimentar outra perspectiva sobre o tema central abordado. Primeiro, ele divide a revista em; Arte, Cultura, Comportamento, Moda e Idéias & Urbanidades. Segundo, dentro destes subtemas, Borges entrelaça os universos brasileiro e o japonês; cria imagens e matérias que abordem assuntos descentralizados do estereótipo japonês; propõem a percepção do sistema de moda vinculada com outras áreas de conhecimento, como cultura, arte e comportamento.

A bibliografia para o desenvolvimento analítico são: a origem da palavra ideologia, por Marilena Chauí (1984); aprofundamento do conhecimento em criatividade e o processo de criação, por Fayga Ostrower (2014); organização dos artigos científicos sobre *styling* e criação de imagem de moda, por Astrid Façanha e Cristiane Mesquita (2012); verificação do estatuto da fotografia e o da moda, por Cláudio Marra (2008).

Por intermédio desta contribuição teórica/ crítica, desenvolvo a análise das imagens de moda criadas pelo *styling* do Daniel Ueda e conjuntamente, a contribuição profissional dele no cenário do *styling* de moda nacional.

⁶ Define-se como moda fotografada com o desejo em pertencer ao sistema de arte, torna-se ícone, imagem e com uma preocupação em criar uma narrativa que contextualize o vestuário e os acessórios. (MARRA, 2008).

Observo que Ueda costurou uma carreira inicialmente como assistente de editores e *stylists* de moda. Depois de alguns anos, lançou o seu nome no mercado, trabalhando para o *styling* de moda dos desfiles nacionais; campanhas de marca de moda; para revistas como Vogue Brasil e a própria FFWMag.

Os questionamentos os quais me guiam na pesquisa são: como criar uma imagem de moda relacionando culturas (Brasil e Japão) diferentes? Quais questionamentos o *styling* de Ueda gerou por meio da imagem de moda? Qual a perspectiva da cultura japonesa o *styling* de Ueda se propôs para conceber a imagem do editorial de moda “Operação Tóquio”?

O alinhavo das hipóteses da pesquisa se ordena na seguinte maneira: Operação Tóquio, onde aborda dados gerais do editorial de moda; Figuras Interessantes, Caminho pelas ruas e Atitudes Libertárias, os quais apresentam imagens que ilustraram e dissertam sobre essas subdivisões.

Em síntese, por intermédio das imagens geradas no editorial de moda do *stylist* Daniel Ueda, a pesquisa desenvolve uma reflexão acadêmica em torno da concepção do que é o *styling* de moda, o fazer do profissional *stylist*, o processo de criação da imagem e o caráter do editorial de moda como veículo questionador.

“Operação Tóquio”

Este editorial de moda é criado em parceria com a empresa Iguatemi São Paulo com a proposta de fotografar um ensaio de moda com o vestuário feito por estilistas e marcas brasileiras nas ruas de Tóquio.

As locações escolhidas pelo *stylist* Daniel Ueda e equipe foram lugares do cotidiano, como: as ruas, vista de dia (Figura 1) e a noite; cemitério; terraço de prédio; metrô; parques; estacionamentos; áreas comerciais e residências.

Figura 1: Editorial de Moda "Operação Tóquio"



Fonte: Revista FFWMag n. 09, 2008

O *casting*⁷ dos modelos foi selecionado de forma “desencanada”, como o próprio editorial diz, convidando pessoas que o *stylist* e a equipe acreditavam ser interessantes para o contexto que o editorial de moda em específico aborda. O perfil dos modelos foi de personalidades divergentes e silhuetas que repensam a padronização do corpo nas revistas de moda. O editorial de moda explora a multiplicidade dos indivíduos da cidade, os quais conseguem equilibrar a tradição oriental com espírito de liberdade.

Neste fluxo, a definição de Chauí (1984) do termo “universais abstratos” é desconstruída, pois neste editorial de moda o *styling* recorre a propostas que discorram da performance do sujeito de várias classes sociais do panorama urbano. Ou seja, burla o conceito do editorial de moda que prevaleça ideias particulares de uma classe dominante de apresentar unicamente tendências e com a ênfase exclusivamente comercial.

A padronagem das peças editadas pelo *stylist* foi: o xadrez, orgânicos, geométricos, florais com motivos mais abertos, jornais e grafismos. Quanto a produção de moda, as peças escolhidas prezam por tecidos fluidos e armados, volumes nos ombros e no quadril.

Percebe-se uma miscelânea de peças de moda em um só editorial, desconsiderando a normatização e respeitando a multiplicidade de estilos que a

⁷ Processo de seleção de modelos para trabalhos de moda: desfiles, fotos, campanhas e entre outros (MCASSEY. BUCLEY, 2013)

cidade de Tóquio e as diferentes identidades que os estilistas/ marcas nacionais são constituídas.

O título do editorial de moda, “Operação Tóquio”, faz refletir: por que a escolha da palavra “operação” vinculada ao nome da cidade? Pode-se relacionar o termo operação com criação?

Operação significa⁸ um conjunto de atos ou meios que se combinam para a obtenção de resultados. Relacionar operação e criação, aborda a perspectiva de Fayga Ostrower (2014) a qual compreende o processo criativo, percebendo que “criatividade se elabora em nossa capacidade de selecionar, relacionar e integrar os dados do mundo externo e interno, de transformá-los com o propósito de encaminhá-los para um sentido mais completo” (OSTROWER, 2014, p. 69).

Suponha-se que no processo da criação o *stylist* passe por uma operacionalização dos atos, ou seja, etapas de ordenação do fazer. Ao transportar os termos “selecionar”, “relacionar” e “integrar” do conceito de Ostrower (2014) para o vocabulário do sistema de moda, entende-se que o ato de selecionar é considerado como produção de moda, onde o produtor escolhe peças que correspondem com a proposta do editorial; o relacionar é a edição de moda, que o *stylist* realiza a combinação das peças em um visual; e o integrar corresponde a inserção do *look*⁹ no ambiente sugerido.

Esses termos específicos na área são desenvolvidos por McAssey e Buckley (2013), as quais detalham o *styling* de moda, desde a sua significação até o movimento no mercado de trabalho. As ordenações dentro do *styling* passa por: estudos contextuais, referências de moda, a variação de meios do *styling*, preparação para as fotos, a sessão de fotos e a moda em movimento. Assim etapas desenvolvem os fundamentos metodológicos dos *stylists* de moda, mostram os passos que estes profissionais trilham para a concepção da imagem de moda.

Desta forma, para análise do editorial “Operação Tóquio”, subdividiu-se as vinte imagens em tópicos (vocabulários extraídos do editorial de moda) que contemplam o *styling* de moda de Daniel Ueda realizado nos sujeitos urbanos e

⁸ Disponível em: < <https://www.dicio.com.br/operacao/> > Acesso em 28/ 06/ 2017

⁹ Termo inglês usado para falar sobre o visual, ou seja, combinação da roupa com acessório.

cria um panorama imagético dos conceitos sugeridos pelo *stylist* e a equipe da revista FFWMag.

Figuras Interessantes

Considerar “a utilização de modelos recrutados nas ruas oferece uma maior possibilidade de encontrar um look alternativo [...]” (MCASSEY. BUCKLEY, 2013, p. 122). Acredita-se que este tenha sido um dos princípios do editorial de moda “Operação Tóquio”.

Olhar para os sujeitos urbanos em uma perspectiva que não o descaracterize do senso comum, concomitantemente seja interessante para a atuação deste na imagem de moda e para o leitor da revista de moda, é uma tarefa que demanda uma percepção apurada para o indivíduo. De tal modo, o *casting* nas ruas alcançou figuras interessantes da cidade de Tóquio, como na figura 2.

Figura 2: Editorial de Moda "Operação Tóquio"



Fonte: Revista FFWMag n. 09, 2008

Na figura 2, o sujeito está vestido com um casaco de pelúcia da Cori (inverno 2007), abaixo tem um quimono laranja com detalhe em quadrados na manga. O cavalo veste adornos com franjas vermelhas; uma espécie de camisa vermelha com motivos florais e pontilhados; e um arranjo floral acima com bandeiras.

Percebe-se que “o vestuário enquanto mídia possui um potencial configurador e definidor das possibilidades sensório-motoras do homem e que este corpo que poderia ser pensado como algo estático, definido, é submetido a transformações múltiplas” (CIDREIRA, 2005, p. 114).

Nesta perspectiva, as sobreposições vestidas no modelo e no cavalo fazem estes desempenharem movimentos diferenciados, em partes limitadores e condicionam este sujeito vestido a ter uma relação com o espaço e consigo, como por exemplo: o cavalo a andar mais lento por causa do peso do adorno nas costas e o modelo ter uma postura mais curva por causa do capuz de pele do colete.

O corpo do sujeito e o do cavalo sofrem transformações pelo vestuário, ao configura-lo quanto mídia (CIDEIRA, 2005). Estes se adornam com sobreposições de peças de moda, alteram os volumes próprios da estrutura corporal por meio do vestuário/ acessórios e se destacam pela vibração das cores quentes, laranja e vermelho, presentes na paleta de cores desta imagem de moda.

O cavalo participa da foto como uma das figuras principais. Esta presença representa, em conjunto com o sujeito, uma estrutura corpórea que comunica a imagem de moda. Dessa forma, o cavalo não está na imagem de moda como um animal, mas como um humano. A interação do universo animal com o sujeito, também está presente na figura 3.

Figura 3: Editorial de moda "Operação Tóquio"



Fonte: Revista FFWMag n. 09, 2008

A imagem é de um porco, vista pela representação do focinho no rosto da modelo. A ludicidade está contida na paleta de cores diversificada do vestido do Alexandre Herchcovitch (verão 2002/03) e do calçado da modelo; a meia verde; a sobreposição do vestido colorido em uma camisa amarela listrada; a cor rosa e loira do cabelo; o lacinho de poá sobre a cabeça. A atmosfera da imagem de moda remete a um jardim onírico ou surrealista, pois o primeiro plano está iluminado e no segundo mais obscuro.

O *styling* de moda de Ueda está inserido dentro do que Claudio Marra (2008) compreende como fotografia de moda, criando uma ambientação que avança o limítrofe da simples mostra do produto e articulando elementos os quais proporcionem visualmente uma narrativa por meio da imagem de moda.

A relação da cultura japonesa com a brasileira supostamente é vista pela exaltação do colorido, a sobreposição excessiva de elementos visuais em uma composição, associando ao espírito do final dos anos sessenta, com a subcultura *hippie*, onde os jovens preferiam vestir roupas advindas da manufatura ou usadas, em vez de itens feitos à máquina ou massificados. (FOGG, 2013).

Os questionamentos que as figuras 2 e 3 provocaram por interface do *styling* de moda do Daniel Ueda perpassam por: qual a relação da cultura japonesa com as cores? Por que a escolha por elementos que tenham explosão de cores? Qual a relação da cultura japonesa com os animais mostrados? O porco e o cavalo têm algum significado para os japoneses?

O diálogo da imagem de moda com o *styling* na perspectiva de narrativa, além de mostrar as criações dos estilistas/ marcas, juntamente disponibiliza um material visual para o leitor refletir criticamente o conceito trabalhado e o sistema de moda dentro da sociedade contemporânea.

Nesta compreensão, as figuras interessantes são criadas pelo *styling* de moda de Daniel Ueda, no aspecto de desenvolver composições as quais são o avesso da ideologia dominante (CHAUÍ, 1984) das revistas de moda, prevalecendo outra perspectiva de olhar o cidadão urbano de Tóquio, combinar aspectos de animais com os modelos (os adornos), projetar o animal como modelo e criar um *styling* de moda com uma paleta de cores diversificada.

Caminho pelas ruas

Figura 4: Editorial de moda "Operação Tóquio"



Fonte: Revista FFWMag n. 09, 2008

Na figura 04 observa-se uma mulher sentada próximo aos elementos de sinalização urbana. A indicação é de trecho em obras de uma avenida. O ponto da luz alaranjada está no rosto da modelo. A cor laranja da luz dialoga com a paleta de cores da padronagem da roupa que ela está vestida.

A rua é uma passarela para a diversidade de estilos de transeuntes. Cenário de encontro das razões e motivos que os sujeitos se amparam para se vestir (MIRANDA, 2008), como: pudor e encobrimento; impudor e atração; proteção; adorno; comunicação; expressão individual; importância social; definição de papel social; importância econômica; símbolo político; condição mágico-religiosa; ritos sociais; e lazer. Daniel Ueda se volta a rua para criar o *styling* de moda que está inserido nestas possibilidades do ato de cobrir-se.

Coberta pela bermuda, blusa e colete da Fábria Bercsek (inverno 2007), o *styling* de moda de Ueda cobre a modelo explorando a roupa como adorno, pois ela apresenta a composição para se inserir no contexto visual do cenário, assim exercendo o caráter de expressão estética (MIRANDA, 2008).

A luz, elemento urbano enfatizado na figura 4, encontra-se em planos, os quais são: em primeiro, a luz da publicidade conjuntamente com a luz laranja no rosto da modelo. Em segundo plano, a luz do letreiro desfocada do lado esquerdo da perspectiva do leitor.

A luminosidade urbana supõem ser uma identidade de Tóquio. Pois é uma das capitais mais populosas do mundo e concentra um aglomerado de materiais publicitários nas suas ruas, como: letreiros iluminados, telões de *led*, *outdoors* com luzes e entre outros.

A revista virtual k7 se perguntou “Tóquio: a nova cidade luz?”. Por meio do trabalho fotográfico do diretor de arte Liam Wong, o qual destaca em suas imagens cenários noturnos com o enfoque na profundidade e multiplicidade de luzes que Tóquio abriga em suas avenidas e vielas.

Neste viés, o *styling* de Ueda reforça a luz como identidade de Tóquio na contemporaneidade e insere a composição do *look* como adorno, na perspectiva da roupa e acessórios fazerem parte dos planos de luz que a imagem de moda sugere.

Atitudes Libertárias

O estereótipo de gueixas ou lutadores de sumô para Tóquio, abre o espaço para adentrar a uma suposta vivacidade do ambiente. Liberdade e tradição convivem juntos. A tradição parte da forma circular, que é um elemento presente na bandeira do Japão e símbolo da busca por equilíbrio espiritual.

Figura 5: Editorial de moda "Operação Tóquio"



Fonte: Revista FFWMag n. 09, 2008

Na Figura 5, o tradicional círculo está formado pelos modelos, os quais projetam a ideia de movimento. Conjuntamente com o caimento do vestido da marca Do Estilista (verão 2007/08).

O contraste entre a diversidade de cores do vestido (ênfase na cor amarela) com a cor preta, usada por todos os modelos, transmite para o leitor uma proposta de igualdade, concomitante a liberdade de extravasar o uso do colorido.

O viés das cores com o corpo, permite olhar para o sujeito extrapolando os limites de definição de gênero. Pois o *styling* de Ueda avança as barreiras do vestuário (FAÇANHA. MESQUITA, 2012), e posiciona o *look* de forma que não definem o sujeito quanto corpo binário, corpo cultural, ou performance masculina ou feminina (BENTO, 2006).

Desta forma, a tradição circular oriental se posiciona de maneira libertária pela composição das cores; apresenta sujeitos indefinidos pela genitália ou comportamento; e traz um ato espontâneo para cena da imagem de moda.

Neste contexto, suponha-se que o Daniel Ueda proponha a liberdade como relação entre Brasil e Tóquio. O *styling* de moda realiza uma interface entre culturas de origens opostas que encontram elementos do sistema de moda em comum e na exibição da imagem de moda que transmita ao leitor outra perspectiva de observar o estrangeiro.

Considerações finais

Ao longo do processo da pesquisa, as imagens de moda propostas pelo *styling* de Ueda, registram como fenômeno social por lançar um outro olhar para a moda. Pensar no conceitual, contextualização, nos acontecimentos contemporâneos vinculados com a tradição, são ordenações que fazem o produto de moda adquirir significado crítico na sociedade.

Falar de cultura ou qualquer outro conhecimento, pela interface do *styling* de moda é analisar que as culturas do mundo têm ligações ou podem ter uma perspectiva que avançam as barreiras impostas pela ideologia dominante. Como

exemplo, a observação da confraternização de elementos da cultura brasileira e da japonesa.

Pondera-se que Daniel Ueda levantou, pela interface do *styling* de moda, questionamentos e reflexões acerca da crença, cultura oriental, tradição, liberdade, comportamentos urbanos e formas de experimentação estética que a cidade proporciona pela imagem de moda.

Os aspectos levantados por Ueda da cultura japonesa foram por intermédio de como os nativos se comportam e se entregam a movimentação da cidade de Tóquio, tentando não intervir bruscamente no cotidiano peculiar das personalidades fotografadas.

Em suma, as reflexões a respeito das imagens de moda que o *styling* de Ueda propicia não tem uma demarcação de análise, pelo fato de considerar a fluidez de questionamentos levantados pela observação do leitor e admitir que a fotografia de moda, por meio da criação de narrativas, pode se desdobrar em diálogos pertinentes no âmbito da sociedade e do aprofundamento do sistema de moda.

REFERÊNCIAS

BENTO, Berenice. **A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual.** Rio de Janeiro. Ed. Garamond, 2006.

BOEIRA, Alisson. **Tóquio: a nova cidade luz?** In Revista K7, 2016. Disponível em: <<http://www.revistak7.com.br/2016/06/toquio-nova-cidade-luz.html>> Acesso em 30/ 06/ 2017.

CHAUI, Marilena. **O que é ideologia.** São Paulo. Editora Brasiliense Coleção Primeiros Passos, 1984.

CIDREIRA, Renata. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura.** São Paulo. Ed: Annablume, 2005.

FAÇANHA, Astrid. MESQUITA, Cristiane. **Styling e criação de imagem de moda.** São Paulo. Editora SENAC São Paulo, 2012.

FOGG, Marnie. **Tudo sobre moda.** Trad.: Débora Chaves. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar.** Rio de Janeiro. Ed: Jorge Zahar Ltda, 2001.

MARRA, Cláudio. **Nas sombras de um sonho: histórias e linguagens da fotografia de moda.** Tradução: Renato Ambrósio. São Paulo. Ed: Senac São Paulo, 2008.

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

MCASSEY, Jacqueline. BUCKLEY, Clare. **Styling de moda.** Tradução: Mariana Bandarra. Porto Alegre. Ed: Bookman, 2013

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de criação.** Petrópolis. Ed: Vozes, 2014.

RESENDE, Henrique. **Esclarecendo- Editorial de moda.** In Focus escola de fotografia, 2014. Disponível em: < <https://focusfoto.com.br/esclarecendo-editorial-de-moda/> > Acesso em 28/ 06/ 2017.

REVISTA FFWMAG. Disponível em: <http://ffw.uol.com.br/ffwmag/42/>. Acesso em: 23 de junho de 2017.

UEDA, Daniel. **Operação Tóquio.** Revista FFWMag. São Paulo, n. 9, p. 162-195, 2008.