

Editorial de Moda: Anos 60¹

*Lucas Paiva de OLIVEIRA*²

*Rosana Vilanova LACERDA*³

*Paola Monteiro CORRÊA*⁴

*Gabriella Grendene ZANCHI*⁵

*Renata STODUTO*⁶

Centro Universitário Metodista do IPA, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este trabalho é resultado de uma atividade da disciplina de Fotografia Publicitária II do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e ênfase em Marketing do Centro Universitário Metodista do Sul (IPA). Trata-se de um editorial de moda dos anos 60. O desafio apresentado no *briefing* era o de fazer uma releitura da moda dos anos 60, 70, 80 e 90, através da fotografia. Na proposta, cada grupo ficou responsável por uma década. Nosso grupo optou por fazer uma mescla da estética jovem e rebelde da referida década, com a estética clássica e atemporal da atriz Audrey Hepburn no filme “Bonequinha de Luxo⁷”.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia; editorial; moda; década de 60.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo relata a experiência de produzir um editorial de moda dos anos 60, desenvolvido através de *briefing* coletivo dado pela disciplina de Fotografia Publicitária II do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista (IPA). O intuito era materializar, sob a forma de editorial, a realidade da moda na época.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Fotografia Publicitária (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista do IPA. E-mail: lpaivacomunicacao@gmail.com

³ Estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista do IPA, co-autora do trabalho. E-mail: rosana.vlacerda@gmail.com

⁴ Estudante do 4º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista do IPA, co-autora do trabalho. E-mail: paola.mcorrea@yahoo.com.br

⁵ Estudante do 8º Semestre do Curso de Design de Moda do Centro Universitário Metodista do IPA, co-autora do trabalho. E-mail: gabriellagzanchi@gmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista do IPA. E-mail: renata.stoduto@metodistasul.edu.br

⁷ Filme de comédia dramática lançado em 1961, com direção de Blake Edwards.

De acordo com REBOUÇAS⁸, em artigo publicado no site InfoEscola, “a fotografia é uma representação do real, sobre suporte bidimensional; caracterizada pela cultura (roupas, decoração, corte de cabelo, etc) que reveste o ambiente fotografado. A foto publicitária tem o objetivo e a função de vender um produto ou propagar uma ideia”.

Sabendo disso, o nosso grupo teve o desafio de propagar como era a moda nos anos 60, através de um editorial/releitura. Nessa década, segundo GARCIA (2005)⁹ “a transformação da moda foi radical, a moda única acabou, passou a ter novas propostas e a forma de se vestir se tornava cada vez mais ligada ao comportamento. Na maquiagem, o marcante da época eram os olhos bem acentuados com delineadores e boca clara”.

2 OBJETIVO

Este trabalho tem como objetivo principal o desenvolvimento de uma releitura da moda dos anos 60, através da fotografia, e, com isso, transmitir a personalidade da mulher dessa época, na qual a mulher começou a buscar independência e liberdade de expressão. O outro objetivo é fazer os alunos aplicarem os conhecimentos adquiridos nas aulas de Fotografia Publicitária II.

3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho fez os alunos aplicarem as técnicas e conceitos aprendidos na disciplina de Fotografia Publicitária II.

Avaliamos que a atividade retrata a mulher dos anos 60 muito bem, pois buscamos representar a personalidade dela através da moda da época, da qual tentamos transmitir a realidade. A moda foi o nosso código para remeter à época, pois segundo AUMONT (2005):

De fato a própria imagem se manifesta sempre no espaço mas só algumas imagens têm dimensão temporal. Ora, quase sempre as imagens também se incumbem, embora às vezes de modo secundário, de fornecer informação sobre o tempo do acontecimento ou da situação que representam; é preciso portanto que essa informação seja representada de maneira inteiramente convencional, codificada. As

⁸ Escritor, desenhista, formado em propaganda e marketing, e pós-graduando em produção editorial - ênfase em conteúdo multimídia.

⁹ GARCIA, Claudia. Anos 60: A época que mudou o mundo. Em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/anos60.htm>. Acesso em: 18 de abril de 2013.

táticas utilizadas para isso são numerosas [...] (AUMONT, 2005, p. 230).

O grupo se inspirou muito na atriz Audrey Hepburn, no filme “Bonequinha de Luxo”. Por isso, nossa busca foi por uma modelo com traços delicados que remetesse à imagem de uma boneca. Nosso grupo optou por fazer uma mescla da estética jovem e rebelde da referida década, com a estética clássica da atriz.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após saber com qual década o grupo ficou responsável, se fez um *brainstorming* e um planejamento das atividades.

Com isso, escolhemos a modelo e quem faria seu cabelo e maquiagem, achamos um fornecedor de roupas e acessórios, escolhemos o local que serviu de cenário, as câmeras que usamos e quem faria a montagem do editorial.

A modelo escolhida foi a Stephanie Soares e a equipe Mirage Padre Chagas fez o cabelo e a maquiagem da referida. A maioria das roupas conseguidas foram da loja BO.BÔ e algumas roupas e acessórios de um acervo pessoal de uma componente do grupo. O local que serviu de cenário foi a Casa de Cultura Mário Quintana. Utilizamos as câmeras NIKON D90 e Canon EOS 400D DIGITAL para fotografar. E, para fazer a montagem do trabalho, utilizamos a ferramenta Adobe Indesign.

Apresentamos, abaixo, algumas fotografias do editorial e o processo de montagem do editorial.



Figura 1¹⁰

Figura 2¹¹

Figura3¹²

Figura4¹³

¹⁰ Figura 1. Câmera Canon EOS 400D DIGITAL. Distância Focal: 23. Velocidade do obturador: 1/125. Abertura: 8. ISO: 1600

¹¹ Figura 2. Câmera NIKON D90. Distância Focal: 105. Velocidade do obturador: 1/60. Abertura: 8. ISO: 800

¹² Figura 3. Câmera NIKON D90. Distância Focal: 34. Velocidade do obturador: 1/320. Abertura: 8. ISO: 250

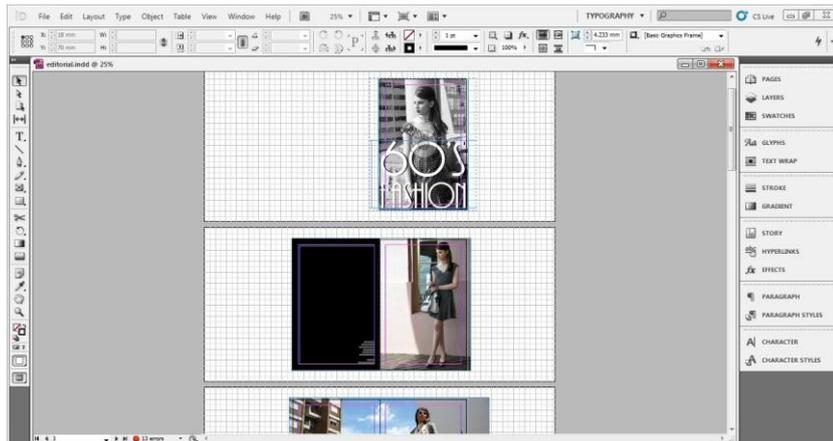


Figura 5: Montagem do editorial

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O grupo pensou em utilizar roupas de linhas retas, minissaias, estampas geométricas, formando um estilo descolado e, ao mesmo tempo, elegante. Para alcançarmos o objetivo, usamos de cenário a Casa de Cultura Mário Quintana, com a modelo usando diversos looks característicos dos anos 60.



Figura 6: Referências de Produção¹⁴

¹³ Figura 4. Câmera Canon EOS 400D DIGITAL. Distância Focal: 30. Velocidade do obturador: 1/800. Abertura: 4,5. ISO: 800

¹⁴ Figura 6. Disponível em: < www.fashiongonerogue.com > Acesso em 18 de abril de 2013.

Essa procura por referências foi extremamente importante, pois serviu de auxílio para darmos, a materialização do trabalho. Então, no dia da produção das fotografias, já estávamos com todos os equipamentos, referências e acessórios necessários para a realização do nosso trabalho. Enquanto alguns componentes produziram a modelo, outros se familiarizaram com o ambiente para planejar quais seriam os pontos principais de cenários.



Figura 7: Preparação

Após todos os preparativos, iniciamos a sequência de fotos para o editorial, elas foram feitas nos mais diversos espaços da Casa de Cultura Mário Quintana, sempre focando no objetivo principal do trabalho, a releitura dos anos 60. Usamos uma mesma modelo para todas as fotos, com cinco diferentes *looks*, na maquiagem salientamos o diferencial da época que eram os olhos bem marcados com delineadores e boca clara, praticamente sem cor.



Figura 8: Foto do editorial

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Elaborar diversas fotografias com conceito da década de 60, foram os objetivos principais para concluirmos o editorial, um grande desafio para todos. O grupo se comprometeu a retratar o tema de forma que ficasse o mais próximo possível da década proposta. Mesclar a fotografia publicitária com a moda, enfatizando os anos 60, foi o detalhe que fez com que o grupo conseguisse reproduzir com dedicação e organização todo trabalho. A união e organização do grupo foi fundamental para que conseguíssemos atingir o desempenho esperado, o resultado foi gratificante para todos componentes do grupo.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMS, Ansel; BACKER, Robert. A câmera. São Paulo: Editora SENAC, 2003

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas, SP: Papirus, 2005

DOS SANTOS, Newton Paulo Teixeira. A fotografia e o diretor do autor. São Paulo: Livraria e Editora Universitária de Direito LTDA., 1990

ALMANAQUE DA MODA. Publicação digital disponível em:
<<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos60.htm>> Acessado em 18 de abril de 2013

FASHIONGONEROGUE. Publicação digital disponível em:
<www.fashiongonerogue.com> Acessado em 18 de abril de 2013

MAIS ESTILOSOSA. Publicação digital disponível em:
<<http://www.maisestilosa.com/2012/07/moda-anos-60.html#.UXCuGKKOSSo>> Acessado em 18 de abril de 2013