

Antimoda¹

Yasmin TAKETANI²

Katia BREMBATTI³

Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

O livro “Antimoda” busca discutir, em profundidade, o papel social e cultural da moda a partir de perfis jornalísticos de cinco designers de moda de Curitiba (PR) – Jefferson Kulig, Iara Siviero, Roberto Arad, Francesca Córdova e Alexandre Linhares. Os entrevistados foram selecionados a partir do tema criação de moda autoral contemporânea em Curitiba, buscando diversidade entre os estilos, experiências e propostas dos designers. Por meio de perfis, que esmiúçam as histórias profissionais de cada um dos designers, foram abordados o processo de criação, a produção, as experiências de vida e as visões de mundo dos perfilados.

PALAVRAS-CHAVE: moda; livro-perfil; Curitiba.

1 INTRODUÇÃO

Explorar o gênero do perfil jornalístico e abordar o tema da moda em profundidade, a partir do olhar de cinco perfilados, foi a meta do projeto Antimoda, que revelou o processo de criação, a formação, as ideias e os valores desses designers. Para isso, foi realizado um estudo sobre perfil, jornalismo literário e livro-reportagem; a moda e sua trajetória no Brasil; os cinco designers selecionados; e sobre jornalismo de moda.

Os perfilados foram selecionados por serem designers de moda com produção autoral e atual em Curitiba (PR), levando em consideração a diversidade de estilos, experiências e propostas entre eles. Jefferson Kulig, conhecido pelo design inovador, deixou as passarelas do mais importante evento de moda da América Latina para coordenar uma marca

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 13 Produção Jornalismo Literário e/ou de Opinião (avulso).

² Formada em Jornalismo pela Universidade Positivo em 2015, email: yasmintaketani@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora de Jornalismo da Universidade Positivo, email: katiabrembatti@gmail.com

especializada em camisetas com temática da natureza. Roberto Arad completa 25 anos de criação de moda, tendo como base os conceitos de *street wear*, alfaiataria e durabilidade de design. Francesca Córdova venceu prêmios como o João Turin e explora o conceito de *slow fashion* para atender as necessidades da mulher contemporânea. Alexandre Linhares atua na fronteira entre moda e artes plásticas. Iara Siviero fundou sua marca em 1987, e atualmente explora o nicho da costura sob medida, vestindo mulheres da chamada alta sociedade curitibana.

A partir da fundamentação teórica, foram identificados alguns aspectos essenciais para a elaboração do produto: a moda é elemento importante para a composição da identidade do indivíduo (SVENDSEN, 2012) – portanto, relevante; há um embate entre liberdade e coerção na moda, e a informação pode contribuir para o discernimento; seria necessário equilibrar conteúdo aprofundado e forma acessível e atraente (LIMA, 1998); narrar os fatos, ideias e personalidades em toda a sua riqueza, complexidade, texturas e contradições atrai o leitor (BRUM, 2012).

2 OBJETIVO

- Abordar o design de moda com profundidade (JOFFILY, 1991), informando sua importância na cultura e na sociedade, por meio do perfil jornalístico e seu potencial de comunicar visões que vão além do tema – são visões de mundo.

3 JUSTIFICATIVA

A realização deste trabalho foi uma forma de utilizar os elementos do perfil jornalístico para relatar, de forma aprofundada, o que pensam, como trabalham, quais as trajetórias e quem são cinco designers de moda autoral de Curitiba (PR). Afinal, apesar de ser objeto de estudo de historiadores e filósofos, tem valor cultural e relação com a cultura, a economia e diversas outras áreas, e estar presente no cotidiano das pessoas, a moda ainda é vista como fútil (NUNES). Se há, de fato, muito de reificante na moda, há também reflexão, trabalho artístico e intelectual, representativo e elucidativo do mundo contemporâneo. Esse lado tende a ser pouco explorado pelo jornalismo (quando limitado a apresentar apenas as tendências da estação ou itens a se consumir) e mal abordado pela literatura especializada, principalmente pelo fato de a moda estar intrinsecamente relacionada à imagem (daí a

existência de tantos livros-imagem sobre designers de moda, que de fato são ilustrativos de sua produção, mas não revelam o que há por trás – o processo de criação e seu significado). O projeto faz-se relevante, então, por retratar o trabalho e a história de um grupo representativo de designers de moda de Curitiba, fato pouco documentado e de valor social. Os perfis escritos observam não apenas o aspecto profissional, mas humano e singular de cada um dos designers, sendo direcionados tanto ao público em geral quanto ao específico de moda, buscando profundidade nos debates propostos por meio de uma linguagem jornalística (clara e informativa) e de histórias de vida que interessem ao leitor em geral. Para tanto, foram elaborados cinco perfis, de forma a obter um recorte representativo da diversidade da moda na capital paranaense, dentro do nicho autoral. Esse último conceito também é importante porque profissionais que trabalham com a reprodução de tendências globais (no caso das grandes redes, como C&A) não articulam de maneira tão forte ideias e referências pessoais em seu trabalho; tampouco necessitam levar em conta um público específico, como o curitibano, com valores e padrões próprios. O fato de os designers selecionados não visarem o *fast fashion*, porém, não significa que estejam imunes a tendências; são antes mentes capazes de incorporá-las, reinterpretá-las e conferir-lhes um novo significado. E porque a criação autoral de moda não pode ser desvinculada da personalidade, das ideias, da formação e dos conceitos individuais do designer, a elaboração de perfis individuais foi considerada a abordagem mais adequada (VILAS-BOAS, 2003).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O trabalho foi empreendido a partir da pesquisa sobre moda (história e conceitos, além de seu desenvolvimento no Brasil), sobre a produção de cinco designers de Curitiba (PR), sobre jornalismo de moda, sobre perfil jornalístico, sobre jornalismo literário e sobre livro-reportagem.

Para a investigação do trabalho dos cinco designers selecionados e para elaboração dos perfis, foram realizadas entrevistas com os criadores, profissionais do ramo e outras fontes relacionadas aos perfilados (18 fontes, entre parentes, funcionários, clientes, especialistas, amigos). No caso dos designers, as entrevistas em profundidade (LAGE, 2004) foram conduzidas pessoalmente e em mais de uma seção, sendo gravadas e transcritas. A observação de ambiente, hábitos e modos dos perfilados também foi utilizada, pois esses são, como argumenta Werneck (2012), olhares que “iluminam” o personagem e tornam a

narrativa interessante. Para dar forma a esses procedimentos, elementos característicos da literatura (LIMA, 2004), como descrições ricas em detalhes, estrutura narrativa criativa, linguagem e estilos (como o realismo social ou o fluxo de consciência) foram utilizados.

Contratou-se um fotógrafo profissional – Eduardo Macarios –, pois mais do que uma fotografia jornalística, interessava apresentar ao leitor retratos com apuro visual à altura do tema – e que exigia técnicas e equipamentos específicos. O fotógrafo foi orientado pela autora em relação ao que deveria ser captado na imagem – um diálogo entre conteúdo e forma da fotografia que acompanharia cada perfil – após no mínimo uma entrevista com cada perfilado. A realização dos retratos foi supervisionada pela autora.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O livro-perfil é composto de introdução e cinco capítulos, cada um correspondendo a um perfil. Seu formato é de 24 x 18 centímetros (visando privilegiar os retratos fotográficos), 82 páginas, capa com lombada quadrada, miolo em papel couché fosco 150/m². O projeto gráfico da capa e do miolo foi elaborado buscando uma característica minimalista e que valorizasse o texto e a informação jornalística sem prejuízo para a estética do livro. Em concordância, foram utilizadas as famílias tipográficas Gotham e Bauer Bodoni – modernas e confortáveis para leitura.

Os retratos fotográficos foram selecionados com base no equilíbrio entre expressões, espaços e formatos, evitando-se a repetição mas visando um conjunto harmônico. Era fundamental que as imagens estivessem de acordo com as características dos perfilados. Além disso, optou-se por não utilizar imagens de roupas que ilustrassem as criações dos designers, pela disparidade da qualidade ou ausência de arquivo fotográfico das mesmas. A produção de imagens desse tipo também tornaria o projeto inviável – em termos de custo e tempo –, e fugiria de seu foco, que é valorizar a história pessoal e a visão de mundo dos perfilados em conjunto com seu trabalho.

6 CONSIDERAÇÕES

O livro “Antimoda” surge como uma opção para preencher lacunas nas publicações sobre o tema (a relevância social da moda a partir de expoentes do design curitibano), já que as edições sobre o universo da produção de moda costumam se apropriar mais da fotografia,

deixando o texto jornalístico de profundidade um tanto de lado. Como foi proposto, buscou-se retratar uma etapa anterior: comunicar a formação e as ideias de designers de moda, discutindo assim os valores culturais e sociais da moda. Também é importante destacar o desejo inicial de explorar a complexidade não apenas dos aspectos profissionais dos perfilados, mas pessoais, já que o livro trata de criação autoral. E o que se verificou ao longo do processo – desde a pesquisa, passando pelas entrevistas e chegando à redação dos textos – foi tanto a íntima relação entre as duas áreas quanto sua riqueza.

Isso leva a outro ponto fundamental: a escolha do gênero “perfil”, que valoriza justamente a figura humana, em tudo o que ela contém. Pôde-se verificar, ao longo da produção, que se na teoria o perfil jornalístico soava rico e desafiador para a autora, na prática ele se colocou quase como uma barreira. Podem ser apenas algumas horas, mas é um convívio intenso com os perfilados que o trabalho pede, e são reveladas histórias (muitas inéditas, que talvez ficassem perdidas), ideias, frustrações, emoções e traços de personalidade extremamente íntimos, difíceis de serem apreendidos e comunicados – além do próprio tema, inesgotável. No fim das contas, o que fazer com essas histórias que não são apenas sobre design de moda, mas a respeito de pessoas e suas vidas? O que fazer com essas vidas? Narrá-las – e compartilhá-las – parece ser um bom começo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRUM, Eliane. In *Caderno Literário Sesc: Literatura e jornalismo*. Curitiba: Sesc, 2012.
- JOFFILY, Ruth. *O jornalismo e produção de moda*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.
- LIMA, Edvaldo Pereira. *O que é livro-reportagem*. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- _____. *Páginas ampliadas*. Barueri, SP: Manole, 2004.
- MEDINA, Cremilda Araújo. *Entrevista: O diálogo possível*. Ática, 2001.
- NUNES, Janaina de Oliveira. *O problema da superficialidade na cobertura jornalística das semanas de moda*. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/6-Coloquio-de-Moda_2010/71225_O_problema_da_superficialidade_na_cobertura_jornalisti.pdf>. Acesso em 25/05/2014.
- SVENDSEN, Lars. *Moda: Uma filosofia*. São Paulo: Zahar, 2010.
- VILAS-BOAS, Sergio. *Perfis e como escrevê-los*. Summus Editorial, 2003.



WERNECK, Humberto. In *Caderno Literário Sesc: Literatura e jornalismo*. Curitiba: Sesc, 2012.