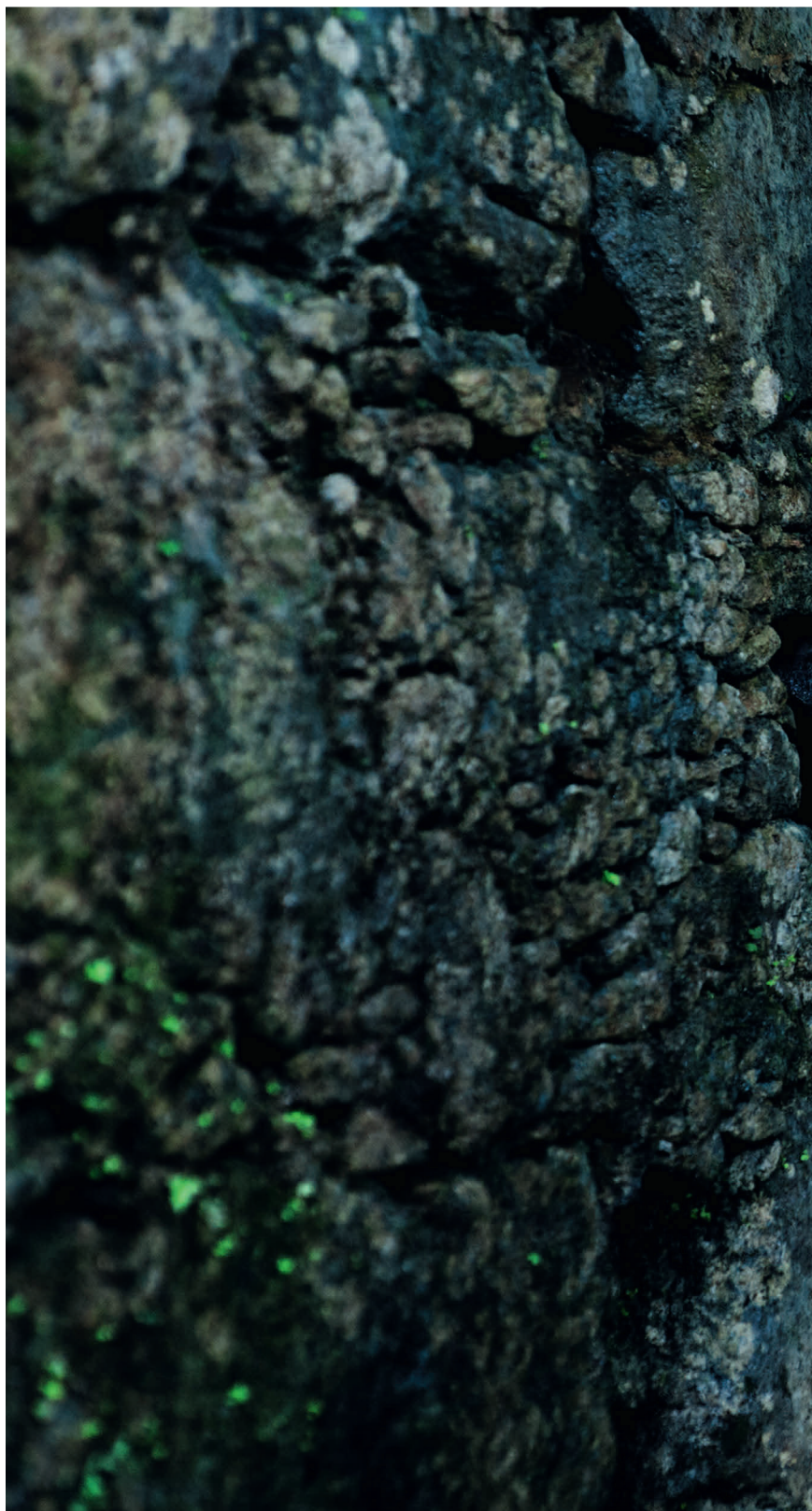


UN BRAND INDUSTRIAL HIGH-TECH, CEL MAI VIU-COLORAT ORAȘ DIN AMERICA LATINĂ ȘI UN FOTOGRAF DE RĂZBOI CARE A SCRIS ISTORIE ÎN AFGANISTAN. PLUS 11 DINTRE CELE MAI FRUMOASE FEMEI DIN LUME ȘI TOT ATÂTEA CAUZE UMANITARE ÎNCĂ NEREZOLVATE. SUNT COORDONATELE CELEI MAI SURPRINZĂTOARE EDIȚII A CALENDARULUI PIRELLI DIN ULTIMII 40 DE ANI. CUM SE REINVENTEAZĂ LEGENDARUL „THE CAL™” ÎN ANUL CU NOROC 2013?

de Diana-Florina Cosmin



Brazilianca Adriana Lima, cunoscută mai ales drept „înger” Victoria’s Secret, a pozat însărcinată pentru Calendarul Pirelli 2013. „Steve McCurry știe exact cum să surprindă cea mai frumoasă imagine din lume, femeia însărcinată”, afirmă ea.

CALENDARELE PIRELLI ȘI POVESTEA TIMPULUI





Despre anul care stă să vină s-au spus și s-au scris deja aproape la fel de multe ca despre cel care tocmai își trăiește ultimele zile de glorie. Spun „aproape” pentru că au fost atât de multe profeții și știri „senzaționale” despre sfârșitul lumii preconizat în 2012, încât – cu toată superstiția legată de ultimele două cifre ale lui 2013 – mulți nici nu s-au mai oboșit să scrie, optimist sau pesimist, despre un an a cărui sosire nu mai reprezenta chiar o certitudine. Totuși, atât viziunile apocaliptice cât și puterea așa-zis malefică a lui „13” au servit ca sursă de inspirație și de inedit pentru două dintre brandurile care au transformat, de-a lungul timpului, un lucru aparent banal și cu funcționalitate temporară precum calendarul într-un obiect de fascinație artistică. Primul dintre cele două care mi-a căzut în mâini anul acesta a fost, grație momentului temporal al lansării, Calendarul Campari, cu Penelope Cruz imortalizată în 13 cadre care demitizează câte o superstiție: de la mersul pe sub scară și vărsarea solniței și până la pisicile negre care ne taie calea și norocul. Câteva săptămâni mai târziu, așezată în rândul al doilea la conferința de presă a lui Steve McCurry din Rio de Janeiro, am urmărit fascinată filmul Making-Of al Calendarului Pirelli 2012, care adaugă o a treia dimensiune unei legende și încheie un cerc temporal de 40 de ani.

Ca niciodată până acum, în 2013 Calendarul Pirelli nu mai este doar despre feminitate și frumusețe fizică în stare pură (a se citi: nud), ci și despre compasiunea și activismul social al unora dintre cele mai fermecătoare femei din lume. „Am vrut să fotografiez un mix de oameni obișnuiți și de femei renumite nu doar pentru frumusețe, ci și pentru munca lor caritabilă și pentru contribuția la bunăstarea comunităților în care trăiesc”, subliniază Steve McCurry, autorul calendarului de anul acesta și unul dintre fotografiile emblematici ai ultimelor decenii. „Acest calendar este un fel de tribut al meu pentru oamenii care trăiesc în Rio, unul dintre cele mai spectaculoase orașe pe care am avut privilegiul să le fotografiez vreodată”. O declarație de intenție care nu putea anunța decât ceva deosebit, mai ales știind dinainte că Steve a petrecut câteva zile în favelas – cartierele sărace, îngheșuite și relativ periculoase ale orașului Rio – fără echipă de securitate, arme și proceduri

Dacă anul trecut invitații de onoare ai Galei de lansare a Calendarului Pirelli de la New York au fost Julianne Moore, Adrien Brody și Andrea Bocelli, anul acesta, la Rio de Janeiro, au pșit pe covorul roșu alături de CEO-ul Pirelli Marco Tronchetti Provera (foto centru, alături de soția sa) vedete precum Sophia Loren și actorul Owen Wilson.

de siguranță elaborate. „M-am simțit liber acolo, m-am simțit safe”, recunoaște el. „Să faci poze pe stradă, într-un loc aglomerat, este ca și cum te-ai afla într-un cocon protector, aflat în mijlocul unei furtuni”. Nu este prima oară când Rio de Janeiro este vedeta uneia dintre edițiile Calendarului Pirelli, botezat cu duioșie „The Cal™”, grație rezonanței mondiale căpătate în ultimii 40 de ani de apariții. În 2005, Patrick Demarchelier realiza un shooting în inima Braziliei, iar în 2010 Terry Richardson alegea drept cadru tot culorile acestei țări sud-americane cu aer magic și misterios. Pentru prima dată însă, pe lângă cadrele cu supermodelele Isabeli Fontana, Petra Nemcova ori Adriana Lima (însărcinată), cu actrița Sonia Braga sau cântăreața braziliană Marisa Monte, calendarul surprinde oameni obișnuiți din cartiere precum



Steve McCurry, unul dintre cei mai apreciați fotografi de război ai vremurilor noastre, înconjurat de o parte din fotomodelele pe care le-a immortalizat - pentru prima oară în carieră - în Calendarul Pirelli 2013.

Lapa și Santa Teresa sau de pe străduțe sărăcicioase de favela: un boxer tânăr care-și face antrenamentul pentru meciul care i-ar putea schimba viitorul, o vânzătoare de fructe dintr-o piață braziliană, multe dansatoare de samba, maeștri capoeira exersându-și mișcărilor, un profesor de artă, o secretară privind în gol pe fereastra unei case sau un cuplu de îndrăgostiți pășind în lumina asfințitului. „Caut întotdeauna momentul de trecere între două stări”, explică McCurry. „Acea clipă în care imaginea dezvăluie și un strop de tensiune”.

Ce legătură au, însă, toate acestea, cu un brand de anvelope? Pentru orice pasionat al curselor de Formula 1, Pirelli este un nume la fel de cunoscut precum „Barrichello” sau „Schumacher”, brandul italian fiind furnizorul exclusiv de anvelope pentru cursele de Formula 1 și pentru Superbike. Pentru actorii din industria grea, este un

brand cu vânzări de peste cinci miliarde de euro. În lumea modei, este creatorul unei colecții de „design industrial”, P Zero. Pentru tot restul lumii însă, numele Pirelli evocă un univers mult mai artistic și feminin, diametral opus obiectului său de activitate. Din 1964, producătorul italian de anvelope cu istorie de peste 130 de ani editează, anual, un calendar în ediție limitată, destinat clienților de top și unui număr restrâns de celebrități. Excluzând perioada 1975-1983 când nu a mai apărut, ca măsură de austeritate după șocul petrolului, fiecare dintre cele 40 de ediții a mobilizat câte un fotograf renumit, plus o duzină de fotomodele de top, într-o locație inedită, din Bahamas și Maroc până în Corsica ori Botswana. Pentru că rezultatul este prezentat întotdeauna în cadrul unei gale internaționale de anvergură, cu participarea vedetelor de top și a jurnaliștilor din toată lumea, la sfârșitul lunii noiembrie „ForbesLIFE România” a luat parte, la Rio de Janeiro, la exclusivista lansare a Calendarului Pirelli 2013. Evenimentul a avut loc la Pier Mauá, în halele industriale ale portului din Rio, decorate psihedelic cu instalații artistice de lumină. Dacă anul trecut vedetele galei Pirelli de la New York fuseseră Julianne Moore, Andrea Bocelli și Adrien Brody, la Pier Mauá au apărut în luminile blițurilor Sophia Loren, Owen Wilson și fostul președinte

Steve McCurry a petrecut câteva zile în favelas, cartierele sărace, înghesuie și pe alocuri periculoase din Rio de Janeiro.

al Braziliei, Luiz Inácio Lula da Silva. După aproape o săptămână petrecută în universul Pirelli, ardoarea cu care colecționarii din toată lumea râvnesc la un exemplar al celebrului calendar devine lesne de înțeles și de împărtășit. La fel și cele patru coordonate – fotografia, personajele, conceptul și destinația – prin care un brand eminent tehnic precum Pirelli a reușit, în 40 de ani, să creeze un simbol artistic ce transcende întocmai „materialul” din care a fost creat: timpul.



La Rio de Janeiro, zidurile acoperite cu graffiti nu reprezintă o formă de vandalism, ci un mijloc de expresie artistică, de revoltă sau de activism social.

**PRIMA COORDONATĂ: LOCUL
LATITUDINE, LONGITUDINE ȘI... CULOARE**



Calendarul Pirelli 2013 conține 34 de imagini în culorile dramatic de vii ale Braziliei, strânse laolaltă într-o carte cu rol de calendar. Sunt 23 de portrete de actrițe și modele, nouă imagini care descriu scene din viața de zi cu zi în Rio de Janeiro și două cadre compuse exclusiv din graffiti și picturi murale de pe pereții din favelas. „M-au interesat mai mult locurile funky, cu hoteluri dubioase, cu oameni care se plimbă pe străzi noaptea și cu mult graffiti”, explică fotografii Steve McCurry. „Mai mult decât plajele și Copacabana, cartierele mai mici sunt mult mai ofertante vizual”. Mai ales noaptea, într-o atmosferă de mister și acalmie ușor periculoasă, în miezul unei lumi pline de pasiune, culoare și intensitate, care stăpânește la perfecție arta improvizației de dragul supraviețuirii. Deloc întâmplător, zidurile decorate cu graffiti din Rio nu sunt o formă de vandalism, ca în alte părți ale lumii, ci un mijloc de expresie artistică: așa cum ne machiem chipurile pentru a ascunde, prin culoare, micile imperfecțiuni ale tenului, tot culoarea poate înfrumuseța cotloanele imperfecte și întunecate ale unor lumi care își caută încă identitatea. Graffiti-ul de pe ziduri este, la Rio, și o extensie a tatuajelor extrem de populare în rândul localnicilor. Mi-am explicat cu adevărat sensul și frecvența lor după o discuție cu ghidul nostru local, Lauro, care a enunțat simplu și concis filosofia de viață „carioca”: „Aici nu contează dacă porți haine scumpe sau ieftine, ci felul în care arăți când le dai jos, pe plajă. Acolo toți sunt egali”. Chiar dacă nu-și permit lucruri scumpe, localnicii înfrumusețază ceea ce au, și anume corpul: lucrându-l prin samba, capoeira sau fotbal (la orele mici ale dimineții, până și chelnerii de la tavernele locale deschise toată noaptea încing câte un meci înainte de a se duce acasă să doarmă) și îmbogățindu-l cu forme și culori cu rol de manifest și declarație de identitate deopotrivă.

Dincolo de culoarea locală, alegerea orașului Rio de Janeiro pentru cea de-a 40-a ediție a calendarului este și una justificată economic, Brazilia fiind o țară strategică pentru cei de la Pirelli. Italienii operează din 1929 pe piața braziliană, cel mai important debușeu pentru mașini și vehicule industriale din America Latină și unul dintre cele mai mari din lume. Din cele 22 de fabrici de cauciucuri pe care Pirelli le are în întreaga lume (inclusiv în România, la Slatina), cinci se află în Brazilia, iar încă două sunt localizate în Venezuela și Argentina. Astfel, America Latină contribuie cu 34% la vânzările totale ale grupului (5,6 miliarde de euro în 2011), principalul hub industrial fiind fabrica braziliană de la Santo André. În plus, în America Latină Pirelli are 14.000 de angajați, dintre care 11.000 doar în Brazilia. Nu este de mirare, așadar, că în 2012 Pirelli a fost ales în Brazilia, pentru a patra oară consecutiv, cel mai cunoscut brand în rândul bărbaților brazilieni (premiu oferit de cotidianul Folha de Sao Paulo) și, pentru al zecelea an consecutiv, cel mai cunoscut brand din industria anvelopelor. Faptul că aproape 20 de milioane de brazilieni săraci au făcut în ultimul an trecerea spre clasa de mijloc, coroborat cu politica Dilma Rousseff – președinta Braziliei – de a înlătura taxele la achiziția de autoturisme noi reprezintă un semn bun pe calea evoluției economice a Braziliei, care a înregistrat o revitalizare spectaculoasă a pieței auto high-end. În primele nouă luni ale lui 2012, încasările Pirelli au crescut cu 7% comparativ cu aceeași perioadă din 2011, iar încasările din segmentul Premium aproape că s-au dublat.

COORDONATA A DOUA: FOTOGRAFUL TOTUL DESPRE STEVE



Actrița braziliană Sonia Braga a fost nominalizată la Golden Globe și Emmy și a avut, de-a lungul carierei, apariții în seriale americane celebre, precum *Sex@The City*, *CSI: Miami* sau *Ghost Whisperer*.



„Sunt un fotograf de stradă care immortalizează situații găsite întâmplător”, își explică McCurry vocația. „Cel mai interesant mod de a lucra în meseria asta este să te plimbi pe stradă și să surprinzi viața în desfășurarea ei accidentală”. Un mod simplu și lipsit de pretenții de a pune problema, mult mai smerit decât i-ar permite palmaresul. Fotograf de stradă este și cel care se odihnește pe o bancă din parc, cu un aparat foto în brațe, așteptând să treacă personaje îmbrăcate colorat și fantezist, pentru a le face poze pentru un blog de modă. E tot o situație „găsită”, capturată la finalul unei așteptări. Însă așteptările lui McCurry au fost mereu dintr-o altă sferă: la 22 de ani, invocând desfășurarea accidentală a vieții, americanul a făcut autostopul din Statele Unite până în Mexic și Panama, de unde și-a cumpărat, cum singur rememorează, câteva obiective pentru aparatul foto. Până la 30 de ani immortalizase deja Țugoslavia și Bulgaria, călătorise de unul singur de-a lungul Nilului, în Nepal și în Thailanda și – aventura care avea să-l facă celebru pentru totdeauna – se strecurase, în 1979, în plin război civil, într-o tabără de rebeli din Afganistan. Cu barbă și îmbrăcat în stranie tradiționale afgane – shalwar kameez – Steve a urmat un grup de cinci afgani din Chitral până la granițele de nord-vest ale Afganistanului, în însângierata provincie Kunar Valley, unde a fotografiat sate în flăcări, bombardamente și alte atrocități ale războiului. A parcurs întreg traseul pe jos, pe poteci de munte, mâncând doar fructe de pădure și dormind în cort. Zece luni mai târziu, când sovieticii au invadat Afganistanul, fotografiile lui au fost primele cadre publicate în Europa și America, în reviste precum Geo, Stern sau Paris Match, dar și în New York Times sau American Photographer. „Publicațiile care mi-au cumpărat pozele le-au folosit mai ales pentru primele pagini, ceea ce a fost cool”, își amintește el. „Erau fotografii vechi de câteva luni, dar erau istorice”. Legătura lui Steve cu Afganistanul a avut și un al doilea capitol: în 1984, americanul a vizitat taberele de refugiați afgani, realizând celebra fotografie a tinerei afgane cu ochi verzi, Sharbat Gula, ajunsă pe coperta revistei Time și transformată în simbol al unei perioade istorice.

Aproape 17 ani mai târziu, Steve a provocat din nou micile „accidente” ale existenței: a căutat-o pe Sharbat și a fotografiat-o din nou, ca o radiografie a timpului și a epocilor în mișcare. O situație căutată expres, nu doar găsită, care, alături de misiunile lui în Beirut, Baluchistan și Cambodgia, i-au câștigat renumele

de fotograf de război, etichetă pe care o respinge. „Nu asta am vrut”, explică el, tranșant. „Am vrut doar să fiu freelancer și să mă pot duce oriunde doresc”. Ceea ce a și reușit, având în vedere că toate călătoriile sale prin India, Japonia, Africa și America de Sud au născut fotografii iconice, așa cum vor deveni mai mult ca sigur și cele realizate pentru Calendarul Pirelli 2013, pe străduțele braziliene din favelas. „Misiunea mea este să găsesc lumina potrivită, momentul potrivit al zilei și locul potrivit și să le fac pe toate să funcționeze împreună”, explică el. „Lumina este totul”.

Deși fotografii sunt adesea rezervați, iar faima lor este de cele mai multe ori invers proporțională cu deschiderea față de public, McCurry este un caz special. Din momentul în care apare în sala de conferințe a hotelului Copacabana Palace din Rio de Janeiro, zâmbetul lui cald detensionează instantaneu atmosfera. Dacă Mario Sorrenti, autorul calendarului de anul trecut, fusese mai degrabă rezervat și puțin stingher, preferând să lase fotografiile să vorbească cele o mie de cuvinte în locul lui, McCurry reușește să umple sala dintr-o privire și un zâmbet. Semnează autografe, stă la poze, face glume cu jurnaliștii și, mai ales, lasă impresia că îi place sincer să interacționeze cu oamenii, nu doar să-i observe din spatele unui obiectiv foto.

Realizarea calendarului Pirelli 2013 a fost prima sa experiență cu modele în locul oamenilor descoperiți accidental în situații dramatice. A adăugat drama din lumină, unghiuri și din biografia personajelor, pentru că fiecare dintre fotomodelele care apar în „Pirelli Calendar 2013 by Steve McCurry” reprezintă de ani de zile o anumită fundație și cauză socială.

În cele două săptămâni cât a durat realizarea cadrelor, americanul a bătut exact acele străduțe din Rio în care se ascund poveștile și situațiile în așteptarea descoperirii: cartierele sărace - „favelas” - cu case înghesuie, construite cel mai adesea ilegal, dar cu o panoramă incredibilă asupra orașului. Cartiere cu miros de mâncare arsă și ziduri acoperite cu graffiti, de la „Vaccine seu filho contra paralisia!!!” (îndemn la vaccinurile împotriva poliomielitei) sau „Parabens! Grupo de saude, grupo de luta!” (mesaj eco împotriva cosmeticelor cu parabenii) până la Mona Lisa lui daVinci acoperită cu afișe rupte. „Am încercat să spun o poveste despre Brazilia, folosind peisajele, economia și cultura ei, dar și elementul uman”, explică Steve. „Pentru mine fotografia este un mijloc de a istorisi poveștile mari sau mărunte ale vieții de zi cu zi”.





Pe lângă cele 11 femei celebre mobilizate pentru ediția cu numărul 40 a Calendarului Pirelli, Steve McCurry a imortalizat și oameni obișnuiți, cum ar fi vânzătoarea de fructe întâlnită în favelas.

COORDONATA A TREIA: PERSONAJELE UNSPREZECE FEMEI ȘI UNSPREZECE MISIUNI



Fotomodelul american Summer Rayne Oakes a fondat o platformă B2B care conectează designerii cu producătorii de materiale eco de pe tot Globul. În paralel, a produs un documentar pe tema protecției mediului înconjurător.



Nu ca feministă, ci pur și simplu ca femeie și jurnalist, mărturisesc că am plecat cu sufletul plin din sala de conferințe a hotelului Copacabana Palace. Deși pe scenă se aflau Steve McCurry, CEO-ul Pirelli, Marco Tronchetti Provera, precum și un economist reputat specializat pe problematica economică și socială a Braziliei, cele care au reușit să explice cu cea mai mare acuratețe misiunea calendarului, vorbind cu înflăcărare despre nevoia de a promova cauzele umanitare, au fost fotomodelele însele.

Spontane, articulate, cu note de umor bine-dozat și cu o profunzime pe care clișeele societății ne fac adesea să nu le-o arogăm cu inima deschisă, supermodelele prezente la conferința de presă - brazilianca Isabeli Fontana, americanca Summer Rayne Oakes, cehoaica Petra Nemcova sau etiopiana Liya Kebede - și-au susținut cauzele și au făcut ca toți cei prezenți în sală să rezoneze cu lupta lor, neștiută de mulți dar asumată de ani de zile prin culisele modei.

Fotomodelul american Kyleigh Kuhn a călătorit încă de la 13 ani în Afganistan alături de mama ei, militând pentru Roots of Peace, mișcare umanitară pentru contracararea efectelor războaielor civile. Actrița braziliană Sonia Braga susține accesul la educație al copiilor din lumea a treia („Adesea, privim în mod greșit educația ca fiind separată de nevoile de bază, hrana și un acoperiș desupra capului”).

Brazilianca Isabeli Fontana (care a apărut și în edițiile 2003, 2005, 2009, 2011 și 2012 ale calendarului), născută într-un cartier sărac din Curitiba, contribuie de ani de zile la fondurile orfelinatelor din Florianopolis și este ambasador al fundației 1love. Elsa Sednaoui, de origine franco-italiană și egipteană, regizează documentare despre satele din sudul Egiptului și susține libertatea de expresie a poporului egiptean.

Cântăreața Marisa Monte promovează și susține pacea, prin campaniile sale cultural-muzicale, cele mai multe legate de școlile de samba tradiționale din Rio de Janeiro. Modelul de origine cehă Petra Nemcova susține, prin Happy Hearts Fund, cauza copiilor rămași orfani după tsunami, ea însăși supraviețuitoare a tsunami-ului devastator care a avut loc în 2004 în Oceanul Indian și care a ucis peste 280.000 de oameni.

Tunisiană Hanaa Ben Abdesslem susține îmbunătățirea serviciilor sociale și de sănătate în Tunisia, iar Karlie Kloss luptă pentru victimele cutremurului catastrofic din Haiti, din 2010, la fel ca Adriana Lima (care a apărut și în Calendarul Pirelli



PRECURSORUL LUI STEVE MCCURRY

De-a lungul timpului, calendarul Pirelli a fost semnat de către nume celebre precum Patrick Demarchelier, Mario Testino, Annie Leibovitz, Peter Lindbergh sau Karl Lagerfeld. În 2012, precursorul lui Steve McCurry a fost Mario Sorrenti, în mod surprinzător abia primul italian din istoria unui calendar creat de un brand „made in Italy”. Calendarul marca Sorrenti conținea 18 fotografii alb-negru și 7 color, prezentate într-un format de portofoliu artistic: o ramă din material textil, în care fiecare fotografie putea fi alăturată oricărei luni. Conceptul – „Swoon” (o stare de extaz, seninătate și dragoste) – se potrivea cu locul shooting-ului, insula Corsica, iar toate modelele (printre care Milla Jovovich, Kate Moss, Lara Stone și Isabeli Fontana) apăreau complet nud, lipsa hainelor fiind considerată de către Sorrenti un simplu detaliu creativ: „Când dai jos hainele, totul apare mai cinstit și mai pur”. Cele mai bune fotomodele nu sunt considerate neapărat cele mai frumoase, ci mai curând cele care reușesc să se deschidă în fața camerei și să fie firești. „Când faci o fotografie cuiva, dialoghezi fără cuvinte: vă priviți în ochi și deodată apare o comunicare, o osmoză” explica Mario Sorrenti. „Atunci se nasc cele mai bune fotografii”.



2005), care a pozat însărcinată pentru ediția 2013 și care luptă pentru maternitatea spitalului catolic din Port-au-Prince, Haiti, parte a inițiativei globale a lui Bill Clinton de ajutorare a poporului haitian.

Tot pentru accesul la servicii de sănătate militează și modelul etiopian Liya Kebede, mamă a doi copii. „Suntem dedicate salvării următoarei generații de mame din lumea a treia”, a explicat ea la întâlnirea cu presa, în Rio de Janeiro. „Eu am avut șansa să nasc în condiții excelente, în America, dar vreau ca toate femeile din lume să aibă șanse egale de a trăi și de a-și crește copiii”.

De departe cea mai vocală și elocventă prezență de la Rio a fost, însă, fotomodelul american Summer Rayne Oakes, care și-a calibrat întreaga carieră în jurul proiectelor umanitare. Summer este licențiată în Știința Mediului Înconjurător la Cornell University, a fondat o platformă B2B care conectează designerii cu producători de materiale eco și sustenabile de pe tot Globul, a produs de curând primul său film pe tema protecției mediului înconjurător și activismul ei social a fost celebrat de-a lungul timpului de către reviste prestigioase precum Vanity Fair.

COORDONATA A PATRA: CONCEPTUL UN STROP DE VIAȚĂ ADEVĂRATĂ

„Poți fotografia nuduri oriunde”, explică Steve, fără a minimaliza în vreun fel ideea în sine. „Pe orice plajă anonimă din lumea asta sau în orice hol de hotel”. Doar că, de data aceasta, fotomodelele alese sunt complet îmbrăcate, iar fiecare dintre ele reprezintă, dincolo de simbolistica feminității și a frumuseții multi-etnice, și o cauză umanitară cu care fiecare dintre noi poate rezona mult mai profund decât cu imaginea costumului Evei, oricât de magistrală ar fi reprezentarea artistică a acestuia din urmă.

„Nu a fost vorba despre corpurile lor sau despre sexualitate”, explică Steve. „Pentru ceea ce am încercat eu să fac aveam nevoie de cadru, de fundal, de atmosferă, pentru a crea o scenă și un sens al fiecărei fotografii în parte”. Cum ar fi ipostaza cu Elisa Sednaoui stând în ușă, lângă un graffiti al steagului brazilian, cadru surprins noaptea, în timpul unei ploi torențiale care dădea o strălucire incredibilă străzii. „Am început la ora opt seara și am tras cadre timp de patru ore”, își amintește Steve.

Elisa, fotomodel de renume mondial, stătea pe trepte, în pragul strâmt al unei uși dintr-o sărăcăcioasă favela braziliană, în timp ce familii cu copii treceau pe lângă ea în pelerine ude de ploaie. „Probabil se gândea și ea «Dumnezeule, în ce m-am băgat?»”, râde Steve. Cea mai mare dificultate pentru fotograf obișnuit cu accidente de vieții și cu oameni obișnuiți în contexte reale a fost să transforme o serie de fotomodele și actrițe în ceea ce numește „real people”. „Ele sunt profesioniste și pozează tot timpul, e meseria lor”, explică el. „În modă trebuie să-ți arăți atuurile cât mai bine, să dramatizi hainele, să adopți anumite posturi, iar ele continuă să facă asta fără să-și dea seama”.

Totuși, în fotografia din favela, Elisa este mai puțin un fotomodel și mai mult o femeie frumoasă într-un cadru neobișnuit. Pe parcursul celor patru ore, Steve a stat cu aparatul foto în întuneric, la 20 de metri distanță. „Nu mă putea vedea, aveam izopren pe mine pentru a proteja aparatul, iar pe lângă noi treceau tot felul de oameni, non-stop”, își amintește el. „Și mi-a plăcut la nebunie!”. ■



ARMAND DE BRIGNAC

CHAMPAGNE

facebook.com/armanddebrignac | twitter.com/armanddebrignac | www.armanddebrignac.com | Please enjoy responsibly