

Algumas proposições acerca da fotografia de moda

Maria do Carmo Teixeira Rainho

(Pesquisadora do Arquivo Nacional e professora da Faculdade Senai-Cetiqt)

Resumo

Partindo da ideia de que a fotografia de moda muitas vezes é banalizada como objeto e como fonte, elencamos algumas proposições acerca desse gênero de imagem, chamando a atenção para a sua potência para os trabalhos dos historiadores.

Palavras-chave

Fotografia de moda – Cultura visual - Indumentária

Abstract

Starting from the idea that fashion photography is often trivialized as object and as a source, we listed some propositions about this kind of image, drawing attention to its power to the work of historians.

Key words

Fashion photography – Visual Culture - Clothing

Este texto tem por objetivo examinar a potência da fotografia de moda como fonte para os historiadores. A discussão que se pretende empreender é pautada pela ideia de que os historiadores – e não apenas os historiadores da indumentária – vêm subutilizando ou subestimando este gênero de imagem.

Em realidade, esse ainda incipiente interesse não se restringe à fotografia de moda. Conforme Ulpiano Bezerra de Meneses, “a História, como disciplina, continua à margem dos esforços realizados no campo das demais ciências humanas e sociais, no que se refere não só a fontes visuais, como à problemática básica da visualidade.”¹

A fotografia de moda é amplamente encontrada nas histórias da indumentária, nos dicionários e enciclopédias da moda e em trabalhos temáticos mais específicos, como aqueles dedicados ao jeans, a lingerie, à moda infantil, entre tantos outros. Contudo, na maior parte dessas obras e, inclusive naquelas que se caracterizam por análises mais sofisticadas, como os textos do historiador inglês Christopher Beward² ou da norte-americana Valerie Steele,³ a fotografia de moda é apenas ilustração.

De maneira geral, ela, assim como a fotografia publicitária, é empregada como uma isca: cria um apelo visual que atrai a atenção do leitor para o texto. Por vezes, não há qualquer menção à imagem, nem mesmo legendas ou créditos.

Outra prática comum torna as fotografias de moda apoio às ideias apresentadas, corroborando aquilo que está em discussão. A imagem seria uma “prova”, reforçando conceitos e temas advindos das fontes textuais, como se ela própria não merecesse ou suscitasse atenção. Como observa Meneses em relação às imagens em geral, no que tange às fotografias de moda, acaba-se por não produzir conhecimento histórico novo.

O uso das fotografias de moda pelos historiadores da indumentária envolve outro risco, também presente no emprego de ilustrações e gravuras: a questão

¹ MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. *Fontes visuais, cultura visual*. Balanço provisório, propostas cautelares. Revista Brasileira de História, São Paulo, v. 23, 2003, p. 20.

² BREWARD, Christopher. *The culture of fashion: a new history of fashionable dress*. Manchester: Manchester University Press, 1996 e *Fashion*. Oxford History of Art. Oxford: Oxford University Press, 2003.

³ STEELE, Valerie. *Fifty years of fashion: new look to now*. Yale: Yale University Press, 2000.

da generalização. Descontextualizada, uma roupa pode gerar a crença de que se refere aos vários segmentos de uma determinada sociedade ou, mais grave ainda, que responde por todos aqueles que viveram uma determinada época, não importa o local, as práticas culturais, religiosas, os gostos. As fotografias podem, portanto, induzir os leitores a acreditarem que elas constituem fontes fidedignas quanto às práticas vestimentares, em outras palavras, é como se a representação correspondesse efetivamente às práticas.⁴

Se os historiadores não vêm dedicando um olhar mais cuidadoso à fotografia de moda, o mesmo não se pode dizer dos historiadores da arte e curadores de museus. Conforme lembra Solomon-Godeau, vai longe o tempo em que fotógrafos de moda precisavam renegar sua atuação naquele segmento para atingir o status de fotógrafos de arte.⁵ O fim das fronteiras entre cultura de elite e cultura de massa, ou entre arte e comércio, estimulou que museus e editoras investissem maciçamente na divulgação das obras desses fotógrafos desde o final da década de 1990.

Inúmeros gêneros de publicações podem ser elencados: histórias da fotografia de moda;⁶ livros dedicados ao trabalho de fotógrafos,⁷ *catalogue raisonné*; e, ainda, aquelas que exploram acervos de instituições e de grandes revistas de moda como a *Vogue*, *Harper's Bazaar* e *Elle*, entre outras.⁸ No que se refere aos museus, bibliotecas e galerias de arte, uma quantidade significativa de exposições vêm sendo realizadas, gerando catálogos e livros sofisticados.

⁴ É interessante observar que, em geral, há mais cuidado no uso das pinturas nas obras dedicadas à indumentária: frequentemente são analisados o estilo do produtor da imagem, a escola à que pertence, o interesse e a posição social do retratado, entre vários outros aspectos.

⁵ A autora trata especificamente de Irving Penn, fotógrafo de sucesso no campo da moda nas décadas de 1950 e 1960, que, ao se voltar para as fotografias de arte elegeu como temas modelos mulheres gordas, esqueletos ou pontas de cigarro. Ver SOLOMON-GODEAU, Abigail. Modern style:dressing down. Artforum, maio, 2004. Disponível em http://findarticles.com/p/articles/mi_m0268/is_9_42/ai_n6120789/

⁶ Ver, entre outros, HALL-DUNCAN, Nancy. *Histoire de la photographie de mode*. Paris: Chêne, 1978 e HARRISON, Martin. *Appearances: fashion photography since 1945*. New York: Rizzoli, 1991.

⁷ Ver, entre outras, *Avedon Fashion 1944-2000*, Squiers, Carol; Aletti, Vince; Garner, Philippe; Hartshorn, Willis. Ed. Abrams, 2009. *Helmut Newton: Sumo*. Taschen, 2009. *Ellen von Unwerth: Fraulein*. Taschen, 2011. *Guy Bourdin*. Stern, 2010. *Terryworld*. Taschen, 2008. *Nick Knight*. Harper Design, 2009. *Deborah Turbeville: the fashion pictures*. Rizzoli, 2011. *Herb Ritts*: L.A. Style, Martineau, Paul. J. Paul Getty Museum, 2012.

⁸ OLIVA, Alberto e ANGELETTI, Norberto, *In Vogue: the illustrated history of the world's most famous fashion magazine*. Rizzoli, 2006. BAUDOT, François; DEMACHY, Jean. Style. *ELLE nos années 60*. Paris: Filipacchi, 2002.

Estas mostras enfocam a história da fotografia de moda e de seus veículos, ou, especificamente, as obras de seus produtores.⁹

Para retomar a discussão que se quer empreender aqui acerca da potência da fotografia de moda recorro às observações de alguns autores que, a partir de diferentes perspectivas, por vezes antagônicas, iluminam sua relevância e as possibilidades que oferecem aos historiadores.

Ulrich Lehmann aponta que a moda só existe em representação; é por intermédio da mídia que a roupa é elevada da sua propriedade material à uma ideia estética, graças, sobretudo, à fotografia de moda, a mais ubíqua representação das vestimentas na publicidade e no jornalismo.¹⁰

Na fotografia de moda a roupa proposta por um criador deixa de ser um objeto inerte para ganhar vida em sua relação com o sujeito que a veste. Mais do que isso, a roupa torna-se *commodity*. Conforme Appadurai, na esteira de Simmel, o valor econômico de um bem jamais é uma propriedade inerente aos objetos, mas um julgamento que sujeitos fazem sobre ele. A representação corresponde, portanto, a uma atribuição de valor: a fotografia dota a roupa de uma aura, concede a ela um estatuto de bem usável.

O sociólogo francês Frédéric Monneyron insiste que é qualitativamente que a fotografia de moda manifesta a sua importância.

Concentrando sua atenção sobre algumas vestimentas e não sobre o conjunto de uma coleção; valorizando, pela reunião de diferentes elementos e diferentes técnicas, a vestimenta e o corpo que a veste; e congelando-a para sempre sobre o papel, a fotografia de moda opera uma transformação das imagens brutas e efêmeras simplesmente impressas sobre as retinas dos espectadores ou telespectadores, em imagens sofisticadas e eternas para as quais os leitores retornarão sempre que desejarem. Deve-se acrescentar ainda uma importância histórica, já que antes da existência de uma representação televisiva, mais recentemente surgida, não havia

⁹ Destaco, entre outras, as mostras de Helmut Newton, na Neue Nationalgalerie, em Berlim, em 2000; *Imperfect Beauty: the making of contemporary fashion photographs*, Victoria and Albert Museum, Londres, no mesmo ano; *Chic clicks: creativity and commerce in contemporary fashion photography*, Institute of Contemporary Art, Boston, 2002; *Fashioning Fashion in Photography since 1990*, com curadoria de Susan Kismaric, realizada no Moma, NY, em 2004; *Vogue en beauté, parcours photographique 1920-2007*, Bibliothèque Nationale de France, Paris, 2007; *Vanity Fair Portraits: photographs 1913 – 2008*, National Portrait Gallery, Londres, 2008.

¹⁰ LEHMANN, Ulrich. Fashion photography. In: _____ (org.) *Chic Clicks: creativity and commerce in contemporary fashion photography*. Boston: Institute of Contemporary Art, 2002, p. 12.

outra representação da moda que a permitida pela fotográfica, que não possuía até então nenhum concorrente.¹¹

Mas, é importante observar que a fotografia de moda não é a mimese da moda, uma vez que, ao propor uma determinada estética, ela cria a moda mesma. Tampouco as situações que a fotografia de moda evidencia são a mimese do real; estas situações atendem à necessidade de uma determinada produção de sentido para o uso da roupa e ao fato de que a imagem deve mobilizar esteticamente aquele que a olha. Aqui reside um dos apelos deste gênero fotográfico: a capacidade que a imagem oferece à roupa de ser ressignificada, de adquirir sentido conforme o modo como é figurada.

Entendo que as fotografias de moda funcionam como mediação, são catalisadoras de uma série de objetos e pautas, muitas vezes antecipam questões que, de outro modo, seriam abordadas tardiamente. Ademais, as fotografias de moda são imagens que possuem autoridade; colaboram para construir modelos de gênero, delimitam faixas etárias, moldam os sujeitos da moda. É nesse sentido que podem se tornar objeto e fonte para o historiador.

Uma observação que talvez nos faça entender o motivo da banalização deste gênero de imagens é posta por Caroline Evans & Minna Thornton quando afirmam que, muitas vezes, as imagens da moda são desvalorizadas porque, afinal, trata-se “apenas da moda”.¹² Contudo, elas lembram que, ao transitar entre a trivialidade e a transgressão, as fotografias de moda constroem variadas narrativas: é justamente porque é apenas moda que elas operam com extrema liberdade, recebendo uma espécie de consentimento para abordar temas que vão da afetividade, o desejo e o prazer, até a depressão, a violência e a pornografia. São as fotografias de moda que muitas vezes dão vazão, mesmo que de forma dissimulada, aos aspectos transgressores da sexualidade masculina e feminina, dos usos e abusos de drogas, das relações de gênero, entre tantos outros temas.

¹¹ MONNEYRON, Frédéric. *La photographie de mode un art souverain*. Paris: PUF, 2010, p. 15.

¹² EVANS, Caroline e THORNTON, Minna. *Women and fashion: a new look*. London-New York: Quartet Books, 1989, p. 82.

Na contramão das autoras mencionadas, Gilles Lipovetsky minimiza a força da fotografia de moda ao afirmar que ela não quebra tabus, antes brinca com estes tabus: ela só ousa ser transgressiva quando determinados temas não provocam mais ondas de protesto. “Sexo em suas formas mais cruas tem sido capaz de inundar o mundo da fotografia de moda desde os anos 1960 porque tem perdido sua associação com a transgressão e o pecado”.¹³

Entre os tópicos relacionados à sexualidade que vêm sendo tratados pela fotografia de moda Lipovetsky relaciona o sexo ilícito e as orgias (Avedon para Versace); sado-masiquismo e zoofilia (campanhas promovidas para a grife Ungaro); masturbação e homossexualismo feminino (fotos de Nick Night); insinuações de pedofilia em sensuais imagens de adolescentes vestindo roupas íntimas (Meisel para Calvin Klein); lesbianismo (Gucci), entre muitos outros. Para o autor, o motivo pelo qual marcas prestigiosas brincam com os tabus e exploram o “potencial gráfico de uma libido polimórfica” tem a ver com a necessidade de rejuvenescer a sua identidade; elas precisam ser reconhecidas como jovens, abertas e livres mais do que vender uma imagem de “classe”.

Ao escolher temas e situações tidos como desviantes, que incluem além do apelo à sexualidade – incluindo pornografia -, violência, doenças, guerras, abuso de drogas, a fotografia de moda pode chocar uma comunidade de leitores diferente daquela a que se destina. Mas, por vezes, seu propósito é justamente chegar ao limite do que é amplamente aceito ou mesmo cruzar esta fronteira.

A abertura na direção de temas existenciais é comum quando a fotografia de moda visa difundir um conceito ou marca, mais do que propriamente exibir uma determinada roupa, quando esta é mero detalhe ou elemento periférico, como é o caso das campanhas realizadas para a empresa Benetton nos anos 1990. Quanto mais polêmica é a imagem mais gera desdobramentos em publicidade, merecendo a atenção de outros veículos e leitores além daqueles que são alvo da campanha; neste caso, pode-se afirmar que há um risco calculado na escolha de temas e enfoques.

¹³ LIPOVETSKY, Gilles. More than fashion. In: LEHMANN, Ulrich. (org.), op. cit., p. 10.

É importante refletir, portanto, em que medida temas, poses, situações evidenciadas nas fotografias de moda se relacionam à comportamentos amplamente aceitos. Se a moda é o contemporâneo, e se ela antecipa rupturas e revoluções, cabe à fotografia de moda utilizar repertórios, narrativas e gestuais que se coadunem com padrões vestimentares e com comportamentos relacionados aos sujeitos aos quais estas roupas se destinam. Deve-se indagar como as fotografias de moda organizam a experiência temporal e se haveria nelas uma contemporaneidade imaginada. Outra questão relevante se refere aos sujeitos que são construídos por este gênero fotográfico. A moda sempre impõe a novidade e o sujeito da moda é aquele que está em sintonia com o seu tempo: quem seriam estes protagonistas e quem está excluído desta comunidade e desta temporalidade?

Desde os anos 1960 não basta ser moderno, é preciso ser e parecer jovem. Cabe investigar, desse modo, como a fotografia de moda constrói um determinado modelo de juventude por intermédio de elementos identificáveis pelos leitores e como esse modelo vai sendo alterado de tempos em tempos, em outras palavras, que imagens deixam de ser produzidas. O mesmo se aplica aos modelos de gênero, que mais e mais apresentam fronteiras fluidas, menos rígidas. O modo como a fotografia de moda compõe estes novos modelos, como figura homens e mulheres em sua interação, são temas que também se impõem.

Do ponto de vista da cultura visual interessa examinar, portanto, não apenas o que está sendo mostrado pelas imagens mas, sobretudo, o que não está, por que não está, ou ainda, como afirmam Sturken e Cartwright, aquilo que não vemos tanto porque não possuímos uma capacidade visual para fazê-lo – no caso de algo proibido de ser visto – ou porque não temos os meios para entender e chegar a uma definição sobre o que está abaixo de nossos olhos.¹⁴

Hariman e Lucaites afirmam que os sujeitos vêm a existir e ser apreciados quando são vistos por outros e, especialmente, quando eles podem ver a eles próprios sendo vistos. Para os autores, nos vemos constantemente em

¹⁴ STURKEN, Marita e CARTWRIGHT, Lisa. *Practices of looking: an introduction to visual culture*. Oxford: Oxford University Press, 2009, p. 6.

espelhos sociais: os olhos e as reações dos outros. “Nós nos checamos em espelhos fabricados que são instrumentos da contemplação social. E nós buscamos por imagens de nós mesmos nos meios de comunicação.”¹⁵

Se todos nós somos atores sociais, à fotografia de moda cabe recriar momentos reconhecíveis das performances que executamos. É dessa capacidade de atrair a atenção do espectador, fazendo com que ele se veja na fotografia de moda, que depende o consumo da roupa e o consumo da imagem mesma. Mas, a fotografia de moda – e a fotografia de imprensa de modo geral – não produz sentidos apenas quando reproduz os nossos comportamentos em sociedade; ela é performativa também porque configura um instrumento para que os atores sociais reconheçam e apreendam os comportamentos e ações dos outros atores sociais. Assim como temos por base modelos pré-existentes que podem conformar nossa maneira de vestir e, por conseqüência, a maneira como nos apresentamos socialmente, as fotografias de moda fornecem referências para conhecermos aqueles com quem nos relacionamos; a apreensão do outro ocorre por intermédio do reconhecimento e da interação com determinados modelos postos em prática.

Por sua vez, a consciência desta modelagem na apreensão do outro vai orientar o comportamento performado de um dado agente social. Trata-se de um processo, em alguma medida, dialético. Assim como se baseiam em modelos padronizados para elaborar seus próprios desempenhos e atuações, os sujeitos apreendem os outros e constroem imagens sobre eles, de maneira tipificada.

De todo modo, a dialética desse processo não encerra aqui, pois é na sociedade mesma que as imagens da moda buscam os comportamentos a serem performados: é um jogo em que se equilibram as séries de repertórios previamente estabelecidos de poses e gestos e a escolha daqueles que mais se adequam às roupas que estão em ação naquela cena os quais, por sua vez, irão conformar modelos para os leitores. A percepção dessa dinâmica da sociedade dada a ver na fotografia de moda – com suas tensões e

¹⁵ HARIMAN, Robert e LUCAITES, John Louis. *No caption needed: iconic photographs public culture, and liberal democracy*. Chicago: The University of Chicago Press, 2007, p. 31.

acomodações – é uma das chaves de interpretação que este gênero de imagem proporciona.

Outro ponto que nos leva à articular performance e fotografia de moda é posto por Erving Goffman. Trata-se de quando a habilidade dramática dos agentes sociais é colocada em suspeição; aqueles momentos de risco, embaraço, vergonha ou constrangimento nos quais os agentes sociais exibem seu “amadorismo”.¹⁶ Entendo que estas performances associadas à comportamentos imprevistos teriam uma equivalência nas fotografias de moda quando estas contemplam atos performativos que rompem com os padrões habituais, por exibirem o corpo em demasia ou em poses menos ortodoxas; por tratarem de temas tabus, como doenças, guerras e sexualidade, entre outros; por exibirem modelos em desacordo com os padrões de beleza em vigor. Teríamos uma ruptura com repertórios programados, em performances que podem apelar para a ironia, agressividade ou drama, provocando reações de desagrado nos leitores. Não se trata aqui do risco calculado que algumas fotografias de moda exibem; neste caso, tratamos de imagens que, por se dirigirem à um público mais específico, mais transgressor ou mesmo por atenderem a interesses mercadológicos - que levam marcas a ousar deliberadamente na apresentação de seus produtos – rompem com os repertórios habitualmente vistos neste gênero de imagem e acabam por atingir espectadores que se pautam por outros modelos performativos.

As questões metodológicas e epistemológicas trazidas por Goffman nos seus trabalhos com as fotografias publicitárias apontam para as as inúmeras vertentes de análise que as fotografias de moda oferecem, particularmente para temas como as performances do corpo, a interação de gêneros, a reiteração de comportamentos. No lugar de definir regras quanto ao estatuto de realidade das fotografias de moda, importa, na trilha do autor, examinar os repertórios de gênero que elas nos dão a ver; os comportamentos cristalizados e, sobretudo, de que maneira aquele tipo de fotografia define os sujeitos e os agentes da moda.¹⁷

¹⁶ GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2009.

¹⁷ Idem. *Gender advertisements*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1979 e *La ritualisation de la féminité*. Actes de la recherche en sciences sociales, v. 14, p.

Aberto a todas as possibilidades que estas imagens apresentam, o historiador pode estabelecer diferentes programas de trabalho: se uma única fotografia publicitária permite um estudo na perspectiva da semiótica, séries de fotografias de moda, que podem, inclusive, ser cotejadas com outros gêneros de fotografia de imprensa, estimulam estudos na perspectiva da cultura visual.

Mais do que o método a ser empregado, importa observar como as fotografias de moda estabelecem determinadas regularidades, como moldam condutas mas, também, como rompem com o estabelecido, propõem diferentes padrões de interação, desvirtuam certezas quanto à beleza, sexualidade, comportamentos.

Tomar as fotografias de moda menos como modelo e mais como um enunciado, perceber como elas atuam em relação aos medos e desejos, expectativas e ansiedades, pode dar à moda a potência necessária a responder a pergunta que para Barthes, em *Sistema da Moda*, representa o dilema fundamental da existência humana: “Quem sou eu”?

Referências Bibliográficas

EVANS, Caroline e THORNTON, Minna. *Women and fashion: a new look*. London-New York: Quartet Books, 1989.

GOFFMAN, Erving. *Gender advertisements*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1979.

_____. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. La ritualisation de la féminité. Actes de la recherche en sciences sociales, v. 14, p. 34-50, abr. 1977. Disponível em:

<http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1977_num_14_1_2553>

34-50, abr. 1977. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1977_num_14_1_2553>

HARIMAN, Robert e LUCAITES, John Louis. *No caption needed: iconic photographs public culture, and liberal democracy*. Chicago: The University of Chicago Press, 2007.

LEHMANN, Ulrich. Fashion photography. In: _____. (org.) *Chic Clicks: creativity and commerce in contemporary fashion photography*. Boston: Institute of Contemporary Art, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. More than fashion. In: LEHMANN, Ulrich (org.) *Chic Clicks: creativity and commerce in contemporary fashion photography*. Boston: Institute of Contemporary Art, 2002.

MENESES, Ulpiano T. .Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 23, 2003.

MONNEYRON, Frédéric. *La photographie de mode un art souverain*. Paris: PUF, 2010.

SOLOMON-GODEAU, Abigail. Modern style: dressing down. *Artforum*, maio, 2004. Disponível em:
http://findarticles.com/p/articles/mi_m0268/is_9_42/ai_n6120789/

STURKEN, Marita e CARTWRIGHT, Lisa. *Practices of looking: an introduction to visual culture*. Oxford: Oxford University Press, 2009.