

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Escola de Belas Artes

Cláudio Nadalin Vaz da Costa

**HISTÓRIA E TECNOLOGIA DA FOTOGRAFIA DE MODA NA TRANSIÇÃO DO
SUPORTE FOTOGRÁFICO PARA O DIGITAL**

Belo Horizonte
2025

Cláudio Nadalin Vaz da Costa

**HISTÓRIA E TECNOLOGIA DA FOTOGRAFIA DE MODA NA TRANSIÇÃO DO
SUPORTE FOTOGRÁFICO PARA O DIGITAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Artes da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Artes.

Área de concentração: Artes Visuais

Orientador(a): Profa. Dra. Angélica Adverse

Belo Horizonte

2025

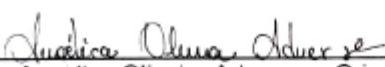
Ficha catalográfica
(Biblioteca da Escola de Belas Artes da UFMG)

| | |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 778.9 C837h 2025 | Costa, C. N. V., 1960- História e tecnologia da fotografia de moda na transição do suporte fotográfico para o digital [recurso eletrônico] / Cláudio Nadalin Vaz da Costa. – 2025. 1 recurso online. Orientadora: Angélica Adverse. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Belas Artes. Inclui bibliografia. 1. Fotografia – Moda – Teses. 2. Fotografia – Moda – Inovações tecnológicas – Teses. 3. Fotografia – Moda – Belo Horizonte (MG) – História – Teses. 4. Arte e tecnologia – Teses. I. Adverse, A. O., 1973- II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Belas Artes. III. Título. |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|


FOLHA DE APROVAÇÃO

Assinatura da Banca Examinadora na Defesa de Dissertação do aluno
CLAUDIO NADALIN VAZ DA COSTA - Número de Registro **2022686270**.

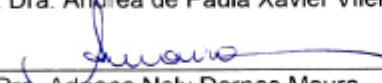
Título: **"HISTÓRIA E TECNOLOGIA DA FOTOGRAFIA DE MODA NA
TRANSIÇÃO DO SUPORTE FOTOGRÁFICO PARA O DIGITAL"**



Prof. Dra. Angelica Oliveira Adverse – Orientadora – EBA/UFMG



Prof. Dra. Andréa de Paula Xavier Vilela – Titular – EBA/UFMG



Prof. Dra. Adriana Nely Dornas Moura – Titular – FUMEC

Belo Horizonte, 20 de janeiro de 2025

(Via do aluno)

AGRADECIMENTOS

Sou grato primeiramente a meus pais, Clóvis e Palmyra, que sempre foram incentivadores na educação dos filhos, e aos meus filhos, Natan e Daniel, que me apoiaram nessa jornada. Em especial, a minha orientadora, Profa. Angélica Adverse, por me guiar e colaborar nessa investigação, com dedicação e competência, compartilhando dos seus conhecimentos generosamente e contribuindo com muito afinho no desenvolvimento do projeto e nos eventos relacionados a ele.

Agradeço aos professores que compuseram a banca de defesa, em particular, pela gentileza em contribuir para que o trabalho possa ser melhorado. Meu agradecimento especial às professoras Dra. Juliana Pontes, Dra. Andréa Vilela, Dra. Adriana Dornas e ao professor Dr. Adolfo Cifuentes.

Aos diversos amigos, colegas, funcionários, professores e alunos da Escola de Belas Artes e do Cecor que me deram bastante incentivo nesse percurso. Agradeço também a oportunidade de crescimento pessoal e profissional oferecida pelo curso de pós-graduação da Universidade Federal de Minas Gerais.

A fotografia de Moda não é uma fotografia qualquer, tem pouca relação com a fotografia noticiosa ou com o instantâneo, por exemplo; possui unidades e regras próprias; dentro da comunicação fotográfica, forma uma linguagem específica que sem dúvida tem o seu próprio léxico e sintaxe, as suas próprias 'frases' proibidas ou aprovadas.

Roland Barthes, 2005.

RESUMO

O presente estudo tem como fulcro a investigação e abordagem da fotografia de moda, pela perspectiva da tecnologia na transição do suporte fotográfico analógico para o digital em Belo Horizonte. A questão central que orienta este trabalho é: quais foram as principais mudanças ocorridas na estética e no ato fotográfico, influenciadas pela transição da tecnologia analógica para a digital na fotografia de moda? O modo de abordagem ocorreu por meio da metodologia da história oral dos fotógrafos, *stylists*, diretores de arte, jornalistas e demais profissionais presentes no mercado. As fontes de pesquisa foram a gravação de depoimentos dos envolvidos neste processo cultural e histórico, *talks* apresentados no Museu da Moda (MUMO), leitura de livros especializados e artigos acadêmicos, a fim de traçar um panorama abrangente das mudanças ocorridas na Fotografia de Moda durante o período proposto de três décadas. A pesquisa foi fundamentada por autores e abordagens interdisciplinares. Elegemos autores destacados no campo da fotografia e estudos de tecnologia e, dentre o escopo composto por críticos das imagens e filósofos da arte, elegemos inicialmente Roland Barthes, Georges Didi-Huberman e mencionamos também, definições de Vilém Flusser. Houve, também, o estudo dos aspectos técnicos, como suportes e equipamentos, da fotografia de moda, e dos estéticos relacionados a essa evolução. O ponto de partida foi esboçar como este processo criou um cenário para a narrativa da moda, levando em consideração a intensa difusão das imagens de moda como um produto estetizado na indústria cultural a partir do início do século XX. É válido ressaltar que, a fotografia de moda, é uma forma de expressão cultural, que vai refletir os valores, tradições e identidades de uma sociedade. Dessa forma, acaba que a moda é influenciada por diversos aspectos culturais, como a história, a religião, a economia e até mesmo a política. Ao considerar o contexto específico de Belo Horizonte, espera-se contribuir para uma compreensão mais profunda dos fenômenos culturais e sociais associados à era digital na fotografia de moda.

Palavras-chave: fotografia de moda; tecnologia; história; Belo Horizonte.

ABSTRACT

This study focuses on investigating and approaching Fashion Photography from the perspective of technology in the transition from analog to digital photographic support in Belo Horizonte. The central question guiding this work is: What were the main changes that occurred in aesthetics and in the photographic act, influenced by the transition from analog to digital technology in Fashion Photography? The approach was based on the oral history methodology of photographers, stylists, art directors, journalists and other professionals in the market. The research sources were the recording of testimonies from those involved in this cultural and historical process, talks presented at the Fashion Museum (MUMO), reading of specialized books and academic articles, in order to draw up a comprehensive overview of the changes that have taken place in Fashion Photography over the proposed period of three decades. The research was grounded in authors and interdisciplinary approaches. We selected prominent authors in the field of photography and technology studies, and among the scope comprising image critics and art philosophers, we initially chose Roland Barthes and Georges Didi-Huberman, while also mentioning definitions by Vilém Flusser. There was also a study of the technical aspects of fashion photography, such as supports and equipment, and the aesthetic aspects related to this evolution. The starting point was to outline how this process created a scenario for the fashion narrative, taking into account the intense diffusion of fashion images as an aestheticized product in the cultural industry from the beginning of the 20th century. It is worth pointing out that fashion photography is a form of cultural expression that reflects the values, traditions and identities of a society. In this way, fashion is influenced by various cultural aspects, such as history, religion, economics and even politics. By considering the specific context of Belo Horizonte, we hope to contribute to a deeper understanding of the cultural and social phenomena associated with the digital age in fashion photography.

Keywords: fashion photography; technology; history; Belo Horizonte.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Diagrama de Metodologia utilizada para a pesquisa dissertativa..... | 15 |
| Figura 2 - Le Journal des Dames et des Modes - 1823 - Costume parisiens..... | 16 |
| Figura 3 - Three-year-old Eileen Dunne, a victim of the London Blitz, in hospital, 1940. Cecil Beaton/ Camera Press/ Redux | 17 |
| Figura 4 - “Divers” de Hoyningen-Huene, 1930..... | 18 |
| Figura 5 - The Art of Travel, View 2, 1951 - Norman Parkinson..... | 18 |
| Figura 6 - It's a cinch, 1951 - Edwynnhouk gallery Lillian Bassman it-s a cinchcarmen lingerie by warner-s New-York harper-s bazaar september - 1951..... | 19 |
| Figura 7 - David Drebin - Neo Film Noar..... | 19 |
| Figura 8 - Revista <i>Rolling Stone</i> - John Lennon e Yoko Ono | 20 |
| Figura 9 - Condessa Henry Greffulhe ou Elisabeth de Caraman-Chimay (1860-1952), vestindo criação de Charles Frederick Worth de 1896, fotografado por Paul Nadar, Coleção de fotografias do Grand Palais, Paris..... | 34 |
| Figura 10 - Canadian, B. 1970 - Wheels and Heels, Series: Diamond Dust, 2020 | 35 |
| Figura 11 - Oscar Gustav Rejlander, The Two Ways of Life (1857)..... | 39 |
| Figura 12 - Barão Adolph de Meyer (01 de setembro de 1868 - 6 de janeiro 1946)..... | 39 |
| Figura 13 - Paul Poiret..... | 42 |
| Figura 14 - Edward Steichen | 42 |
| Figura 15 - Edward Steichen, Fotografia PB, 1911, revista <i>Art et Décoration</i> , Paris..... | 43 |
| Figura 16 - Edward Steichen, L’Art de la Robe by Paul Poiret in <i>Art et Décoration</i> , 1911 | 43 |
| Figura 17 - Les Robes de Paul Poiret foi um livro de ilustrações de Paul | 44 |
| Figura 18 - PollyMagoo..... | 46 |
| Figura 19 - A jovem inglesa Twiggy com sua mini saia Mary Quant..... | 46 |
| Figura 20 - Yves Saint Laurent and Piet Mondrian..... | 46 |
| Figura 21 - Andre Courrèges - percussor da moda futurista dos anos 60 | 47 |
| Figura 22 - Mini saia, bolsa e chapéu by Biba, 1967 | 47 |
| Figura 23 - Loja da Viviane Westwood..... | 47 |
| Figura 24 - Sonia Rykiel..... | 48 |
| Figura 25 - Fiorucci | 48 |
| Figura 26 - Desfile de Kenzo Takada..... | 49 |
| Figura 27 - Criação de Yohji Yamamoto | 49 |
| Figura 28 - Girls Laughing + Tongues, New York, 1955 -11 X 13 7/8 Inches | 51 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 29 - Nina + Simone, Piazza Di Spagna, Rome, 1960 | 51 |
| Figura 30 - Mica Arganaraz in Isabel Marant by Drew Vickers for I-D Magazine Fall 2021 | 52 |
| Figura 31 - The_Face_Vol_4_No_19_1024x..... | 53 |
| Figura 32 - Blue Velvet | 55 |
| Figura 33 - Débora Tuberville - Comme des Garçons | 57 |
| Figura 34 - Goldin Lydia - The Russian baths New York City..... | 57 |
| Figura 35 - Kate Moss - Campanha Calvin Klein | 58 |
| Figura 36 - Juergen Teller - More Handbags | 58 |
| Figura 37 - Tina Barney..... | 59 |
| Figura 38 - Mãe Murray, Adolf de Meyer, Foto PB, Vogue, Setembro 1920..... | 71 |
| Figura 39 - Edward Steichen, Fotografia PB, 1911, Revista <i>Art et Décoration</i> , Paris. | 72 |
| Figura 40 - Edward Steichen | 73 |
| Figura 41 - Garota com tabaco na ponta da língua (Mary Jane Russell), fotografia de Irving Penn, Nova York, 1951 © Condé Nast..... | 74 |
| Figura 42 - Irving Penn, Foto PB , <i>Vogue</i> , 1950 | 75 |
| Figura 43 - Helmut Newton, Fotografia PB, <i>Vogue</i> França, 1979 | 76 |
| Figura 44 - Helmut Newton, Foto PB, <i>Vogue</i> Itália (1996) | 76 |
| Figura 45 - Dovima com elefantes, vestido de noite Dior, Cirque d’Hiver, Paris, agosto de 1955 - Richard Avedon© The Richard Avedon Foundation..... | 77 |
| Figura 46 - Richard Avedon - © The Richard Avedon Foundation | 78 |
| Figura 47 - Richard Avedon - 2008..... | 79 |
| Figura 48 - Peter Lindenberg - Capa da <i>Vogue</i> (1990)..... | 80 |
| Figura 49 - Fotografia Digital Colorida - Edward Enniful - Capa da <i>Vogue</i> (2023)..... | 81 |
| Figura 50 - Peter Lindenberg no set com Charlize Teron | 81 |
| Figura 51 - Guy Bourdin - <i>Vogue</i> francesa, maio, 1977..... | 83 |
| Figura 52 - Guy Bourdin | 83 |
| Figura 53 - Guy Bourdin - <i>Vogue</i> Paris, maio, 1970..... | 84 |
| Figura 54 - David laChapelle..... | 85 |
| Figura 55 - David LaChapelle | 85 |
| Figura 56 - David LaChapelle | 86 |
| Figura 57 - David LaChapelle | 86 |
| Figura 58 - David LaChapelle | 87 |
| Figura 59 - David LaChapelle | 87 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 60 - David LaChapelle | 88 |
| Figura 61 - David LaChapelle | 88 |
| Figura 62 - Impressão em platina | 90 |
| Figura 63 - Câmeras de grande formato | 91 |
| Figura 64 - Placas de vidro | 91 |
| Figura 65 - Câmera de filme flexível | 92 |
| Figura 66 - Rollei_10718_Rolleiflex_2_8_GX_Twin.html | 93 |
| Figura 67 - Hasselblad 500C | 93 |
| Figura 68 - Hasselblad 500C | 93 |
| Figura 69 - Nikon F | 94 |
| Figura 70 - Canon F-1 | 94 |
| Figura 71 - Pentax 6x7 | 95 |
| Figura 72 - Mamiya RB67..... | 95 |
| Figura 73 - Polaroid SX-70 | 95 |
| Figura 74 - Filmes 35mm | 96 |
| Figura 75 - Filmes 120mm | 97 |
| Figura 76 - Filmes Kodak Tmax..... | 97 |
| Figura 77 - Papéis fotográficos..... | 98 |
| Figura 78 - EOS 6D Mark II..... | 99 |
| Figura 79 - Nikon D499 | |
| Figura 80 - Câmeras Mirrorless..... | 100 |
| Figura 81 - Fuji GFX 50S..... | 100 |
| Figura 82 - Fase One | 101 |
| Figura 83 - Smartphones com câmera | 101 |
| Figura 84 - Nikon 105mm f/1.4E ED AF-S Nikkor | 102 |
| Figura 85 - Lentes com grande abertura..... | 102 |
| Figura 86 - Godox QS400II 3- Light Studio Flash Kit | 103 |
| Figura 87 - Bescor LED-95DK2 LED Video Light Kit with Two LED Light Panels, Two Pieces Floor Stands and Two AC Adaptors | 103 |
| Figura 88 - Tripés e Monopés..... | 104 |
| Figura 89 - Estabilizador | 104 |
| Figura 90 - Edward Steichen por Georges Lepape, 1911 | 107 |
| Figura 91 - Olho Mag | 111 |
| Figura 92 - BH-Mais | 111 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 93 - Cake Mag..... | 111 |
| Figura 94 - Sandra Stever - Foto analógica | 113 |
| Figura 95 - Marcela Sbraletta - Foto digital | 113 |
| Figura 96 - Fotografia química..... | 114 |
| Figura 97 - Fotografia digital | 115 |
| Figura 98 - Catálogos de moda impressos..... | 116 |
| Figura 99 - Fotos Weber Pádua | 117 |
| Figura 100 - Produção de moda em estúdio para loja Cubo de Belo Horizonte em 2002 .. | 118 |
| Figura 101 - Foto do Livro 5x5 | 119 |
| Figura 102 - Foto do Livro 5x5 | 119 |
| Figura 103 - Foto do Livro 5x5 | 120 |
| Figura 104 - Foto do Livro 5x5 | 120 |
| Figura 105 - Book Sensual | 122 |
| Figura 106 - Modelo Rejane nos anos 90 | 123 |
| Figura 107 - Foto preto e branco colorida a mão | 123 |
| Figura 108 - Fotos PB coloridas a mão | 124 |
| Figura 109 - Fotografia digital - anos 2000..... | 124 |
| Figura 110 - Desfiles e confecções..... | 124 |
| Figura 111 - Fotografia digital colorida | 125 |
| Figura 112 - Foto digital PB para a confecção Patachou | 125 |
| Figura 113 - Filme negativo colorido - 120mm Kodak 160VC | 125 |
| Figura 114 - Prova de contato | 126 |
| Figura 115 - Cópia em papel fotográfico..... | 126 |
| Figura 116 - Filme negativo PB 35mm Kodak Trix 400..... | 126 |
| Figura 117 - Filme Kodak ektachrome E 100 V | 127 |
| Figura 118 - Fotografia digital | 127 |
| Figura 119 - Fotografia digital | 128 |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 12 |
| 1.1 | Problematizar a fotografia, repensar a imagem de moda | 12 |
| 2 | MODA E FOTOGRAFIA | 16 |
| 2.1 | Moda e fotografia: o belo, o tempo e o juízo estético | 28 |
| 2.2 | A identidade cultural na pós-modernidade e na sociedade de moda atual..... | 29 |
| 2.3 | A medida do tempo: história, moda & fotografia | 32 |
| 2.4 | Fotografia de moda: sistema & sentido..... | 37 |
| 2.5 | Ficção & fotografia: novos paradigmas estéticos..... | 45 |
| 2.6 | Relação da técnica fotográfica analógica com a sazonalidade..... | 61 |
| 3 | UMA ABORDAGEM HISTÓRICA DA FOTOGRAFIA DE MODA NO CONTEXTO DE BASE QUÍMICA | 63 |
| 3.1 | Limiar & imagem: retomando as análises de Antônio Fatorelli..... | 64 |
| 3.2 | Fotografia & singularidade | 66 |
| 3.3 | Pictorialistas e a fotografia de moda | 68 |
| 3.4 | Fotógrafos de moda: breve recorte..... | 69 |
| 3.5 | Análise estilística | 70 |
| 3.6 | Desglamourização da moda: expressão e submissão das imagens..... | 82 |
| 4 | EQUIPAMENTOS E MATERIAIS FOTOGRÁFICOS EM PERÍODOS TECNOLÓGICOS DISTINTOS | 89 |
| 4.1 | Tipos de materiais fotossensíveis usados pelos fotógrafos pictorialistas..... | 89 |
| 4.2 | Técnicas e processos fotográficos..... | 89 |
| 4.3 | Tipos de papel fotográfico usado pelos pictorialistas | 90 |
| 4.4 | Tipos de câmeras usadas pelos pictorialistas..... | 91 |
| 4.5 | Período pós guerra - fotografia de moda moderna | 92 |
| 4.6 | Filmes usados no período moderno | 96 |
| 4.6.1 | Papéis fotográficos | 98 |
| 4.7 | Equipamentos usados na fotografia de moda contemporânea | 98 |
| 4.7.1 | Câmeras..... | 99 |
| 4.7.2 | Lentes | 101 |
| 4.7.3 | Iluminação..... | 102 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.7.4 Acessórios | 103 |
| 4.7.5 Equipamentos de pós-produção | 105 |
| 4.7.6 Equipamentos de vídeo | 105 |
| 4.7.7 A transformação digital e as novas demandas redefiniram a profissão de fotógrafo. | 105 |
| 5 A FABULAÇÃO DA IMAGEM NA MODA | 106 |
| 5.1 A celebração da imagem na moda | 106 |
| 5.2 A dimensão técnica da imagem a partir da iluminação | 108 |
| 6 FOTOGRAFIA DE MODA EM BELO HORIZONTE | 110 |
| 6.1 Uma breve apresentação..... | 110 |
| 6.2 Catálogos de moda impressos | 115 |
| 6.3 Fotógrafos de moda em Belo Horizonte | 116 |
| 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 129 |
| REFERÊNCIAS | 131 |
| APÊNDICE A - MEMORIAL DE UM TRABALHO EM CAMPO - EDITORIAL EM JORNAIS DE BELO HORIZONTE NOS ANOS 90 | 136 |
| APÊNDICE B - TRANSCRIÇÕES DOS DEPOIMENTOS DE ESTILISTAS. | 140 |
| APÊNDICE C - TRANSCRIÇÕES DOS DEPOIMENTOS DE FOTÓGRAFOS..... | 154 |
| APÊNDICE D - ESTÁGIO E DOCÊNCIA..... | 176 |

1 INTRODUÇÃO

A fotografia de moda, ao longo das décadas, tem se inserido ao campo moda e comunicação intrinsecamente ligada à dinâmica cultural, social e estética de sua época. Nesta dissertação, empreenderei uma análise desse campo, desvelando não apenas a evolução técnica e estilística, mas também a interseção única entre imagem e moda que transcende a simples representação visual. Gostaríamos de destacar a origem da derivação do termo “Fotografia de moda”, pois ele remonta ao momento em que a câmera se tornou não apenas um instrumento para capturar a realidade, mas uma ferramenta de comunicação. Esse desdobramento revela a habilidade da fotografia em ultrapassar sua função documental, assumindo uma posição proeminente na construção da narrativa estética da moda. Diante da inovação do termo, caberia apontarmos a importância dos suportes de difusão de imagens e ideias do campo estético moda.

Nesta análise, haverá os desdobramentos intrínsecos que compõem a temática, destacando não apenas sua evolução histórica, mas também seu papel essencial na narrativa visual da moda e na reflexão da sociedade que a abraça, haja vista que a narrativa da moda tem como prerrogativa contar histórias por meio de elementos visuais e construção de imagem de um determinado produto ou pessoa.

No Capítulo 2 será apresentada uma abordagem histórica sobre a e sua evolução.

O Capítulo 3 mostra uma abordagem histórica e estilística da fotografia de moda no contexto de base química.

O Capítulo 4 traz um levantamento de equipamentos e materiais fotográficos utilizados em três períodos tecnológicos distintos.

O Capítulo 5 se refere à fabulação na fotografia de moda para criar universos imaginários e construir significados emoções e atmosferas.

O Capítulo 6 apresenta a fotografia de moda e alguns fotógrafos no cenário Belo-horizontino.

1.1 Problematizar a fotografia, repensar a imagem de moda

Vale salientar que Nadja Hermann, em seus escritos sobre ética e estética, norteadas por Habermas em “Ética e estética: a relação quase esquecida”, trouxe à tona, novamente, o questionamento sobre o agir comunicativo. Aponta-se aqui, de fato, que a fotografia é uma forma de ação comunicativa, o que nos traz à luz da reflexão sobre seus conceitos e construção ao passar dos anos.

Nessa perspectiva é importante pontuar que as revistas adquirem uma importância gradativa no fim do século XIX e no início do século XX, as revistas de moda emergiram como veículos cruciais para disseminar as últimas tendências e a fotografia de moda encontrou um terreno fértil nessas publicações, onde não apenas documentava a moda, mas também contribuía significativamente para a construção de narrativas visuais que influenciavam e refletiam as aspirações culturais da época, o que está em acordo com a teoria de ação comunicativa, defendida por Habermas. Ademais, os avanços técnicos na fotografia desempenham um papel fundamental, visto que desde as primeiras técnicas em preto e branco até as tecnologias contemporâneas, como a manipulação digital, cada avanço proporciona novas possibilidades criativas e redefine os padrões neste universo.

Assim, chamamos atenção para a importância das imagens de moda realizadas pelo dispositivo técnico da fotografia, porque elas destacam uma liberdade criativa do fazer em contínuo diálogo com o campo industrial da informação de moda e do sistema de produção/consumo. Retomando as considerações de Antônio Fatorelli e Fernanda Bruno (2006, p. 31) a respeito da dramatização de temas na fotografia, podemos dizer que a fotografia de moda se aproxima dos recursos técnicos e expressivos dos quadros vivos, em particular, pelo fato de que a construção performativa da cena depende do cenário, do uso das roupas advindas das coleções de moda e de recursos narrativos que esboçam temas que interagem gestos e ações referentes à cultura dos costumes. Estes agenciamentos dispostos em conjunto permitem uma modificação dos contextos técnicos da fotografia e, conseqüentemente, do ato fotográfico.

A fotografia de moda, como uma forma de expressão visual, tem experimentado transformações significativas, impulsionadas pela evolução tecnológica, pois à medida que a fotografia de moda evolui, o olhar se volta para uma fase crucial dessa jornada: a transição do suporte fotográfico analógico para o digital. Essa metamorfose não apenas redefine os processos técnicos envolvidos, mas também molda de maneira significativa a estética visual e o papel da fotografia de moda na sociedade contemporânea ao analisarmos que quanto mais mídias sendo expostas, mais pessoas conseguem ver a construção de imagem por meio de uma fotografia. De fato, não é propositivo que o público geral consiga analisar detalhe por detalhe de uma produção, mas a imagem se construirá e constituirá na cabeça daquele telespectador.

A essência desta investigação reside na seguinte indagação: Quais foram as principais mudanças ocorridas na estética e do ato fotográfico, influenciadas pela transição da tecnologia Analógica para a digital na fotografia de moda? Para responder a essa pergunta, exploraremos os escritos de alguns teóricos que examinaram os domínios interconectados da fotografia, moda e tecnologia. Para tentarmos delimitar o nosso caminho investigativo ao longo do texto

dissertativo, propusemos uma pesquisa que delimitava três aspectos: autores que pudessem nortear a definição do campo moda a partir de uma análise sobre a produção das imagens. Em seguida, foram escolhidos textos que poderiam orientar uma análise a respeito da dimensão técnica da produção fotográfica e por fim, elementos de cunho filosófico que pudessem contribuir para um estudo a respeito da experiência do sensível e da estética das imagens. Em resumo, selecionamos autores(as) que pudessem apresentar tais delimitações. Para a pesquisa, delimitamos inicialmente os seguintes aspectos:

- a) O entendimento acerca da moda enquanto campo teórico, observando autores como Roland Barthes (1984), Georg Simmel (2008) e Gilles Lipovetsky (2014)
- b) Em seguida propusemos uma abordagem sobre a relação inicial entre moda e fotografia para analisarmos a produção das imagens, seguindo algumas questões propostas por Vilém Flusser (2002), Antônio Fatorelli e Fernanda Bruno (2006), Georges Didi-Huberman (2016), Cláudio Marra (2008) e Giorgio Agamben (2009).

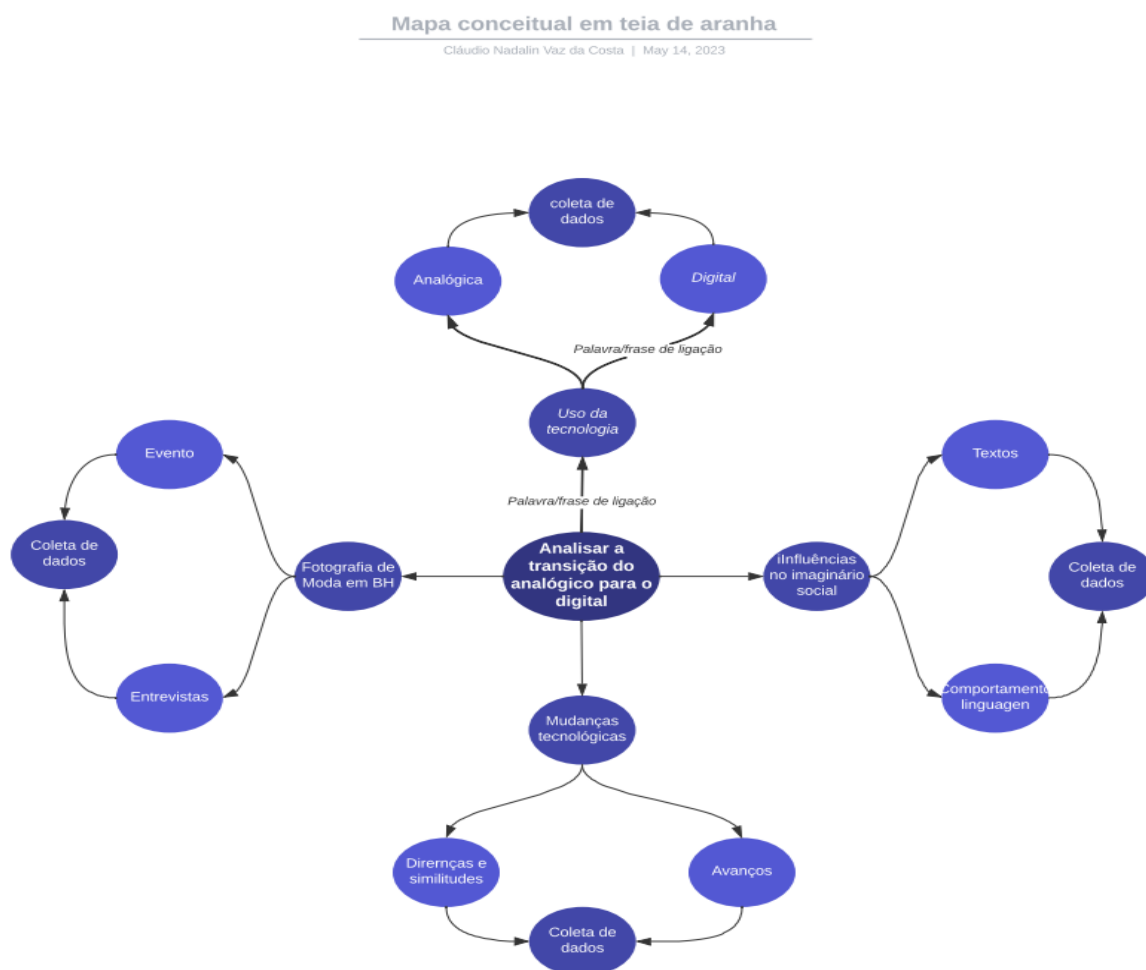
Elegemos autores destacados no campo da fotografia e estudos de tecnologia e, dentre o escopo composto por críticos das imagens e filósofos da arte, elegemos inicialmente Roland Barthes, cuja obra, *A Câmera Clara* (1984) introduziu o conceito de “Punctum”, analisando como as imagens fotográficas podem evocar uma resposta emocional e subjetiva no observador. Georges Didi-Huberman no livro *Que emoção! Que emoção?* (2016) destaca a interconexão entre emoções, processo criativo e a observação e interação com as obras apresentadas por um artista. Mencionamos também, definições de Vilém Flusser, a partir do livro *Filosofia da Caixa-preta* (2002, p. 13) que considera o aparelho fotográfico, assim como todos os aparelhos, como “produtos da técnica que, por sua vez, é um texto científico aplicado”.

Além dos autores mencionados, nossa pesquisa será fundamentada em conceitos-chave, como a estética da imagem, cultura visual, e a interseção entre moda e tecnologia. Abordaremos também teorias contemporâneas sobre a digitalização da imagem e como isso impacta a produção e o consumo da fotografia de moda. Dessa forma, nosso trabalho se apoia em um arcabouço teórico diversificado, que visa proporcionar uma compreensão abrangente das mudanças desencadeadas pela transição tecnológica na fotografia de moda.

Como apresentada no diagrama da figura 1, nossa metodologia de pesquisa iniciou-se de uma abordagem analítica. Em seguida iniciamos um estudo sobre as transformações da práxis fotográfica no campo da moda. Posteriormente, nos deteremos na coleta de depoimentos dos fotógrafos de Belo Horizonte. A partir de dos encontros realizados em três eventos sobre

moda, fotografia e imagem organizado no Museu da Moda (MUMO) em 2023 e no Espaço do Conhecimento da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em 2024.

Figura 1 - Diagrama de Metodologia utilizada para a pesquisa dissertativa



Fonte: Elaborado pelo autor, 2023.

2 MODA E FOTOGRAFIA

A história da imagem de moda pode ser remontada ao século XVIII, quando as representações da moda eram impressas em revistas, muitas vezes coloridas à mão. A cidade de Paris, na época, destacava-se como um centro de produção dessas revistas (folhetos).

Figura 2 - Le Journal des Dames et des Modes - 1823 - Costume parisiens



Fonte: <https://hprints.com/en/item/91817/Le-Journal-des-Dames-et-des-Modes-1823-Costume-Parisien-N2153>.

A difusão da técnica fotográfica só ocorreu com avanços nas técnicas de impressão em meios-tons. O Barão Adolph de Meyer, possivelmente o primeiro fotógrafo de moda, foi contratado pela Conde Nast para experimentos fotográficos na Vogue, marcando o início da presença de fotografias em revistas por volta da primeira década do século XX. Suas características incluíam o uso de retro iluminação e lente de foco suave.

Ressalva-se, então, que a introdução da cor foi proposta no século XIX, mas só se tornou viável fora do laboratório em 1914, quando a National Geographic foi uma das primeiras revistas a reproduzir fotografias coloridas. O desenvolvimento da fotografia de moda continuou com figuras notáveis, como Cecil Beaton, George Hoyningen-Huene, Alfred Stieglitz, Edward Jean Steichen, entre outros.

No que tange essa temática, a década de 1930 testemunhou a capacidade da fotografia de moda em fabricar desejos, mesmo durante a depressão econômica mundial. A abordagem editorial das revistas evoluiu para representações mais naturais e sensuais. Cecil Beaton, inicialmente ligado ao romantismo, mudou sua atitude, focando em fotografia de guerra durante a Segunda Guerra Mundial. Fotógrafos renomados, como Sam Shaw, Dorian Leigh, Norman Parkinson, Lilian Bassman e Richard Avedon, desempenharam papéis significativos na transformação da fotografia de moda.

Helmut Newton, conhecido por suas fotos em ambientes sofisticados, e Annie Leibovitz, com sua colaboração íntima com os sujeitos, também deixaram suas marcas. Mário Testino, com suas campanhas publicitárias instigantes, e David Drebin, que busca imagens dúbias com significados ocultos, representam a evolução e diversidade da fotografia de moda contemporânea.

Cecil Beaton (1904-1980), que foi um dos mais aclamados fotógrafos britânicos do século XX, se tornou conhecido por suas fotografias de moda que realizou para as revistas *Vanity Fair* e *Vogue* na década de 1920, e por suas fotos de celebridades em Hollywood. Também o tornaram famoso as fotos da Segunda Guerra Mundial, feitas quando ele cobria o conflito na Inglaterra e no exterior. Esta célebre imagem de Beaton, a de uma jovem garota, ferida em um bombardeio alemão, mostra a jovem de olhos arregalados, de cerca de três anos de idade, num hospital de Londres.

Figura 3 - Three-year-old Eileen Dunne, a victim of the London Blitz, in hospital, 1940. Cecil Beaton/ Camera Press/ Redux



Fonte: <https://time.com/3878665/cecil-beaton-portrait-of-eileen-dunne-1940-london-blitz/>.

Esta imagem, em particular, consolidou a reputação de Beaton. Mais de um ano antes de os EUA entrarem na guerra, e como a Grã-Bretanha era o único reduto na Europa contra o Terceiro Reich, uma fotografia Beaton de uma jovem chamada Eileen Dunne apareceu na capa da revista *LIFE*. Esta fotografia foi uma peça de propaganda visual tão poderosa como qualquer outra feita durante aqueles anos, e levou os americanos a terem um interesse mais vivo numa guerra que, ainda parecia muito distante. O toque que Beaton aplicou aos seus mais graciosos retratos está claramente em ação aqui também, neste retrato de uma vítima inocente da Blitz.

Figura 4 - “Divers” de Hoyningen-Huene, 1930



Fonte: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-13588-0_90.

O contexto histórico desta fotografia, realizada após o esgotamento da era pictorialista e na esteira da Fotografia Direta, pode destacar as principais características de uma imagem inspirada na tradição clássica. As categorias de linearidade, planaridade, forma fechada, clareza absoluta e multiplicidade restauram assim o significado icônico desta fotografia. Estas considerações podem ser combinadas tanto com a análise das proporções geométricas como com a interpretação do espaço investigado segundo as regras da perspectiva. Todos estes níveis de interpretação convidam-nos a refletir sobre as estratégias implementadas por um fotógrafo com conhecimento sensível e estético tanto para a disposição espacial como para tradição artística.

Figura 5 - The Art of Travel, View 2, 1951 - Norman Parkinson



Fonte: <https://www.artsy.net/artwork/norman-parkinson-the-art-of-travel-view-2>.

Wenda Parkinson usando um vestido de gabardine cinza de Dorville no George Airfield em Nairobi, Quênia, ao lado de um avião Hermes para a Vogue britânica, maio de 1951. A

imagem mostra a modelo em plano geral com destaque para os acessórios; chapéu, bolsas e em primeiro plano aparece parte da hélice do avião contextualizando a cena. Norman Parkinson, um pioneiro da fotografia de moda do século XX, redefiniu o retrato e o estilo. Parkinson ultrapassou os limites da fotografia de moda ao viajar para destinos distantes e ao infundir em seu trabalho uma dose irreverente de humor britânico.

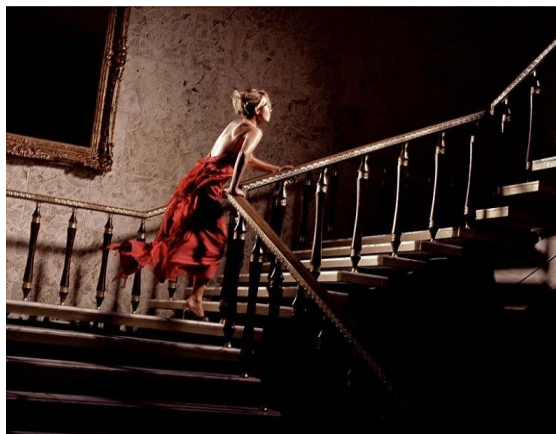
Figura 6 - It's a cinch, 1951 - Edwynnhouk gallery Lillian Bassman it-s a cinchcarmen lingerie by warner-s New-York harper-s bazaar september - 1951



Fonte: <https://artanddesigninspiration.com/the-mistress-of-the-darkroom-lillian-bassman/>.

As dramáticas fotografias em preto e branco de Bassman são cheias de mistério. Suas imagens românticas revolucionaram a fotografia de moda. Lillian usava técnicas da câmera escura como; branqueamento, subexposição e superexposição e foco seletivo.

Figura 7 - David Drebin - Neo Film Noir



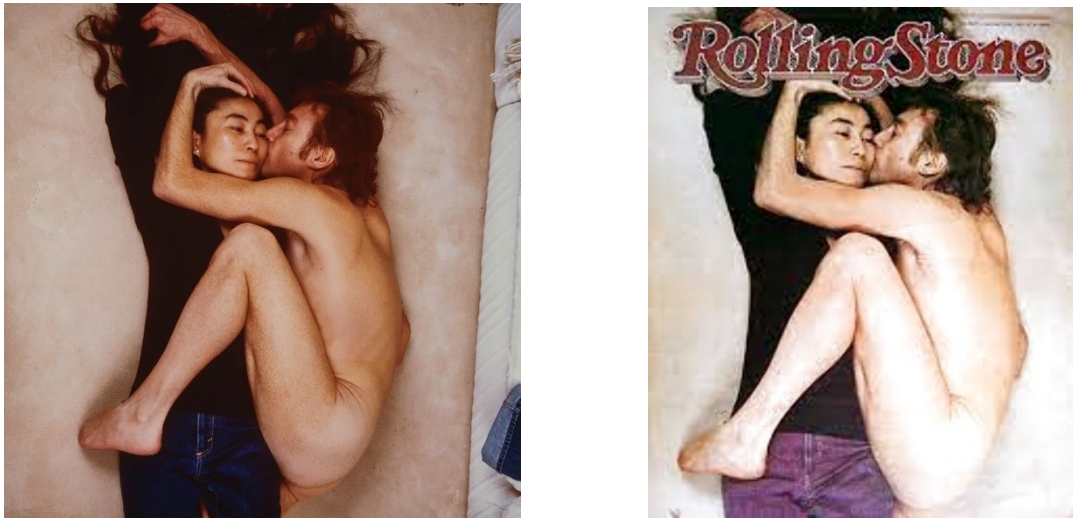
Fonte: <https://www.ocasaldafoto.com/david-drebin-neo-film-noir/>.

As fotografias de David Drebin evocam uma atmosfera dramática, frequentemente ambientadas em cenários urbanos noturnos. O uso inteligente de luz e sombra em suas imagens, assim como a composição meticulosamente planejada, confere a elas uma sensação de tensão,

mistério e narrativa. Cada fotografia parece capturar um momento decisivo de um enredo maior, como se fosse um *frame* de um filme que deixa o espectador imaginando o que aconteceu antes ou o que virá a seguir.

Suas imagens, descritas como cinematográficas e sedutoras, exploram a dualidade da vida contemporânea, mesclando os ideais estéticos da sociedade atual com seus aspectos mais sombrios e ambíguos.

Figura 8 - Revista *Rolling Stone* - John Lennon e Yoko Ono



Fonte: <https://rollingstone.com.br/noticia/40-anos-daultimas-fotos-de-john-lennon-bastidores-da-capa-mais-icônica-da-rolling-stone-flashback/>.

Em 22 de janeiro de 1981, a *Rolling Stone* lançou edição lendária com foto de John Lennon nu abraçando Yoko Ono. Em outubro de 1949 nasceu, nos Estados Unidos, uma das maiores fotógrafas da atualidade. Batizada Anna-Lou Leibovitz, ficou mundialmente conhecida como Annie Leibovitz. Ela se tornou extremamente notável por captar retratos, em uma colaboração intimista entre o retratado e o retratista, também se destacando na fotografia de moda. Sua primeira experiência como fotógrafa foi na aclamada revista americana *Rolling Stone*, em 1969, quando a publicação ainda era pequena em São Francisco, na Califórnia.

Há exatos 44 anos, a *Rolling Stone EUA* publicou a capa mais icônica da revista. A edição de homenagem a John Lennon contou com a foto do ex-Beatle nu abraçando Yoko Ono, imagem tirada por Annie Leibovitz com uma câmera Polaroid em 8 de dezembro de 1980 no edifício Dakota, residência de Lennon horas antes do ex-Beatle ser assassinato a tiros por Mark Chapman na frente do local.

Em entrevista realizada durante o Festival de Cannes de 2013, Annie Leibovitz revelou

que a ideia inicial era uma foto de John Lennon sozinho, mas o músico quis Yoko Ono ao lado dele, e a fotógrafa começou a pensar em como fazer a imagem: “Vi a capa na qual estavam se beijando. Fiquei muito comovida com esse beijo. Era muito mais do que uma simples foto de um beijo. Então, para a foto que queria tirar, imaginei-os juntos de alguma forma. E não foi difícil para imaginá-los sem roupa, porque tiravam sempre,” disse Leibovitz.

Evidencia-se, desta maneira, que a fotografia de moda não é mais apenas um suporte, mas sim um dispositivo que cria ideias ou mitos. Segundo Roland Barthes (2005), no campo da cultura industrial contemporânea, sua influência transcende os campos da comunicação, sendo considerada uma forma de arte que registra os ideais de beleza de uma época e reflete o clima político e social. O poder da fotografia reside em seu papel de registrar imagens, influenciando profundamente a estetização da mercadoria. Retomando as questões sugeridas por Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015, p. 79), a Fotografia de Moda auxiliou na potencialização do sistema hiper-moda porque contribuiu para a ampla difusão da obsolescência estilística acelerando tanto a percepção das novidades quanto contribuindo para renovar o gosto por intermédio da inserção contínua de novas imagens e novos produtos pela estética sedutora do efêmero. O desempenho técnico da inovação dos equipamentos fotográficos acompanhou, igualmente, a produção industrial da moda.

Durante todo esse tempo, a tecnologia fotográfica foi influenciada pelas diversas mudanças que ocorreram. No início do século XX, com tecnologia analógica, o processo era bem mais lento que atualmente, pois as câmeras eram muito maiores, requerendo o uso do tripé pelo fotógrafo, limitando bastante sua ação. Os filmes e materiais eram muito menos sensíveis às condições de iluminação que obrigavam a produção de imagens mais estáticas e cenas rigorosamente posadas. Com o desenvolvimento tecnológico, as câmeras ficaram menores, os filmes mais sensíveis possibilitando mais agilidade para os fotógrafos desenvolverem novas linguagens.

Durante este período houve também uma gradativa democratização da fotografia, fazendo com que cada vez mais pessoas passassem a fotografar. Com a chegada da fotografia digital ocorreu uma grande e rápida mudança que revolucionou toda uma estrutura de comunicação mundial. A velocidade de produção e distribuição de imagens aumentou consideravelmente, os custos reduziram por não serem mais usados filmes e revelação, e a distribuição e compartilhamento instantâneos das imagens pela internet por meio das redes sociais mudou completamente o uso da fotografia e sua influência no comportamento da sociedade, que dinamizou e de certa forma democratizou o acesso de uma fotografia sem senso crítico ou estético, que é o caso da *selfie*.

Nos anos 1990, a fotografia em base química estava bastante evoluída, apresentando ótima qualidade de imagem, variedade de materiais sensíveis, papéis, filmes. No entanto, sua limitação quanto ao tempo de processamento das imagens, revelação de filmes e cópias para se chegar ao resultado foi um dos motivos que a tornou obsoleta para a tecnologia digital, a qual acabava de chegar e a substituiu rapidamente devido à velocidade de processamento de imagens e de distribuição, compatíveis com o imediatismo do século XXI, uma sociedade, como popularizada por Byung-Chul Han, cansada. Uma sociedade que não estava mais disposta a *perder tempo*, porque pela lógica capitalista de Marx, tempo é algo valioso demais a se desperdiçar.

No final da década de 1990, fotógrafos exploraram a grande gama de possibilidades e imagens hiper-realistas proporcionadas pelo avanço da fotografia digital. As mídias impressas deixaram de ser a única forma de divulgação dentre a crescente oferta de novos meios digitais e fluxo constante de imagens. Ou seja, a linguagem da fotografia de moda continua a se reinventar e desenvolver. Por meio desta nova forma e formato, fotógrafos de moda agora podem escolher trabalhar entre a fotografia digital ou analógica e fazer experimentações e cruzamentos com outras mídias, tais como o vídeo, colagens e inteligência artificial (IA).

Até o fim do século XX, o fotógrafo exercia um trabalho mais abrangente em relação à produção da fotografia de moda e na realização das imagens. Atualmente, essas funções são exercidas por profissionais especializados que vão trabalhar além do conceito, estilo de vida, escolha de locações, *cast* de modelos, mas também na construção cênica da imagem, na performatividade e estrutura corporal dos modelos.

Anteriormente, o direcionamento das fotografias era mais restrito a revistas e lançamentos de coleção na difusão das imagens, visto que no fim dos anos de 1990 havia uma grande rede de distribuição por meio de catálogos. Hoje, essa distribuição é bem maior, incluindo, lançamento de coleções, campanhas publicitárias, o grande alcance da *streetwear*, o crescimento de criadores de conteúdo de moda e as imagens são levadas para as redes sociais. Aumentou, também, a diversidade dos tipos de fotografia de moda.

Observa-se, portanto, que a campanha comunica um conceito, estação ou família de produtos, com luz, composição e estilo - combinados. O *Still* é a fotografia sem modelos, apresentando o produto, pode ter uma linguagem técnica ou artística. Enquanto os *Look Book* são fotos do produto com poses simples e foco na peça antes da estação para catálogos e lojas e pode ser mais simples ou com mais estilo. Nesta mesma análise, o conceitual vende estilo, segue tendências, aproxima-se da arte conceitual e comercial, agregando à equipe diretor de arte e estilista. O Editorial visa divulgar uma ou várias marcas em revistas e publicações e pode

ser mais criativo. Apresenta uma narrativa, uma linguagem e conceito que irá mostrar as pessoas tendências do mercado, é uma ferramenta publicitária. *O Lifestyle* é o ensaio para mídias sociais e tem como foco traduzir o estilo de vida da marca trabalhando associação e desejo para o seu público. *Beauty* é uma categoria que se concentra na captura da beleza de modelos, produtos de beleza, xampu, esmalte, maquiagem e se destaca por realçar a pele, cabelos, maquiagem e características faciais para criar uma imagem de beleza idealizada. Sendo assim, a imagem produzida pela fotografia deve, portanto, ser compreendida como um dos produtos do sistema da moda. A estilização industrial das imagens opera um outro status da atividade artística cada vez mais inserida numa lógica mercantil.

Portanto, a fotografia de moda desempenha um papel central nos editoriais de moda, constituindo-se de diversos elementos interligados. Esses elementos abrangem a escolha da locação, o cenário, a iluminação, a abordagem estilística do fotógrafo, a seleção do elenco, a maquiagem e o cabelo, a paleta de cores, juntamente com o *styling* e a edição final do produto. O editorial de moda é um ensaio fotográfico que conta a história por trás de uma coleção de roupas, com suas inspirações e referências. É um instrumento narrativo para que os estilistas possam traduzir para o público seu processo criativo. De acordo com Eugénie Shinkle (2008) as imagens fotográficas desempenham um papel fundamental na definição da cultura da moda global e no mapeamento do seu espaço discursivo. Elaborada pelo *stylist* e submetida à aprovação do editor, em sintonia com a direção de arte. A fotografia de moda para editoriais é dirigida pelo fotógrafo escolhido. A composição desses elementos é também influenciada pelo conceito, temas e tendências os quais permeiam o cenário da moda.

À medida que as distintas imagens veiculadas pelas edições modelam seus componentes, como a edição final do produto, a escolha do elenco, a locação e o cenário, de acordo com os temas abordados, tais pontos contribuem para a criação de linguagens e narrativas específicas. Isso vai além do que, tradicionalmente associa-se a uma revista de moda, pois mesmo quando as revistas do segmento passam a ser categorizadas em diferentes classes, essas categorias se interligam, incorporando lógicas e valores pertinentes ao amplo campo da moda. Então, a sociedade do trabalho é substituída pela sociedade da imagem e a reflexividade cognitiva é substituída por uma reflexão estética, afastando-se dos parâmetros racionalistas, na qual a aparência é reconhecida como uma única realidade, como proposto pela indústria cultural.

Apresenta-se, assim, que as mudanças na moda estão inseridas nas ações históricas, íntimas ao curso da história. Como exemplo, o uso do termo Moda vem se modificando ano após ano e década após década. De forma geral, pode-se dizer que a moda é entendida como uma

engrenagem de apresentação de novidades, contemporaneamente, posto que o termo é utilizado para descrever parâmetros nos hábitos de vestuário da sociedade. O uso do termo associa o controle do jogo estético estabelecido entre o passado e o presente, legitimando o que está na moda ou não (*In* ou *Out*). Esses controles criam maneiras de organizar os grupos estéticos, as classes sociais, funcionando como instrumento de distinção social. As modas são sempre vistas como classicistas e distinguem aqueles vistos como superiores e inferiores. Resume-se, de maneira geral, que a experiência estética se desenvolve a partir da socialização do belo pelo processo mimético, a partir da premissa que copiamos modelos e imagens os quais nos despertam prazer.

Outro ponto importante é o caráter voltado ao presente, do novo, que é fundamental para refletir a experiência estética de moda e sua soberania é responsável por colocá-lo em condição de qualificar os atributos de beleza, como uma ação comunicativa. Haja vista que, se associado ao termo moda, há no subconsciente um hiperlink direto relacionado ao que é belo, perfeito e agradável, como mostram as fotografias e as passarelas. Contudo, não há a reflexividade do indivíduo que para alçar o patamar de belo há uma produção artística por trás. A estetização da realidade coloca em primeiro plano a importância do estilo, incentivado pela dinâmica do mercado modernista que anseia o novo.

Ou seja, a mutabilidade da moda, em certa medida, influencia a perspectiva de apreciação do belo. Nesse contexto, a autonomização do indivíduo no cenário público reflete seu julgamento estético crítico, alinhado às normas morais moldadas pelas impressões sensoriais e historicamente estabelecidas. Assim, a vivência estética é caracterizada por um diálogo entrelaçado com a temporalidade e a comunidade, que, de forma endógena, sustenta um determinado padrão de *ethos* ligado ao bom gosto. A experiência estética se concretiza por meio do processo de socialização estética conduzido pela faculdade mimética. Geralmente, tendemos a reproduzir padrões e imagens que nos proporcionam prazer.

A moda foi, por muito tempo, compreendida apenas como um critério homogeneizante para pertencer a um determinado grupo e, ao mesmo tempo, uma maneira de diferenciação. Graças à união e a diferenciação, a moda adquire um poder coercitivo. Essa dualidade é um requisito básico a respeito da essência da moda. Portanto, a dualidade da moda se dá entre segui-la e evitá-la; entretanto, quem a evita, se encontra em uma forma de imitação, o uso de roupas antiquadas e consumir coisas distintas de todo mundo apenas reforça o seu poder, simplesmente pela tentativa de negá-la.

Quando uma tendência aparece pela primeira vez, vem com a pretensão de permanecer em vigência, mas logo depois, torna-se obsoleta por seu alto dinamismo. Para que o item ou

ideia esteja na moda, é necessário que este seja uma espécie de novidade a ser ainda abraçada pela maioria, e uma vez que esteja ao alcance de todos deixa de ser moda e dá lugar a algo ainda mais recente. Hoje, devido à alta velocidade do surgimento de novas tendências, quando uma tendência envelhece, pouco tempo se passa até que ela volte a estar na moda novamente. Então, se constrói um novo processo em que as modas não se substituem completamente, mas se suplementam e coexistem simultaneamente. Como afirma Walter Benjamin (2003) citado por Lars Svendsen (2004, p. 10), a “moda é a eterna recorrência do novo”.

Não podemos deixar de lado o quanto a moda é meio de expressão individual e ainda é um meio para a formação de uma identidade. Svendsen (2004) nos lembra de que a identidade do homem moderno não é estática ou mesmo definida por uma força superior como em eras passadas, a identidade do homem hoje é fruto da autorrealização, isto é, a criação de si mesmo. Logo, a busca pela autorrealização se torna a marca mais importante do individualismo e, ao mesmo tempo, representa um perigo quando não se questiona que “tipo de eu” deve ser realizado. Devido à impossibilidade de fugirmos da moda, fica nítida a necessidade de estudá-la e compreendê-la. Somente assim seria possível criarmos uma relativa independência de sua influência e simultaneamente usar a moda a nosso favor.

É importante salientar, portanto, que as modificações trazidas pela tecnologia digital alteraram a forma de nos relacionarmos com as imagens, sejam elas fotográficas ou não e com qualquer tipo de informação. Dessa forma, a fotografia estabelece uma mediação com as bases de saber ao instituir novas tecnologias e, ao mesmo tempo, resgatando técnicas antigas.

O objetivo desse estudo foi conhecer como aconteceu a transição tecnológica na fotografia de moda em Belo Horizonte por meio da metodologia da história oral dos fotógrafos, *stylists*, diretores de arte, jornalistas e demais profissionais presentes no mercado. As fontes de pesquisa primária foram a gravação de depoimentos das pessoas e *talks* apresentados no Museu da Moda (MUMO) e no Espaço do Conhecimento UFMG, abrindo um diálogo sobre Imagem, Moda, mercado de Belo Horizonte e experiências profissionais, que será de amplo conhecimento e versatilidade para este trabalho. Apesar da fotografia de moda atuar há bastante tempo no sistema e mercado de moda, todavia ainda é pouco debatido nos trabalhos científicos, sobretudo quando se trata da imagem de moda especificamente em Belo Horizonte.

Considerando a duração do mestrado, o uso da metodologia de história oral e o formato em dissertação foram selecionados um número menor de consultados. A seleção dos profissionais considerou a relevância no cenário da moda em Belo Horizonte, a atuação no mercado de moda e a facilidade de acesso com os entrevistados.

O presente trabalho propõe um comprometimento de forma colaborativa para as artes e

aqueles que com ela contam e se comunicam, para que haja uma evolução de conhecimento documental histórico e tecnológico sobre o tema. Esses resultados podem servir como pesquisa em diferentes disciplinas no âmbito da fotografia, sejam elas nos cursos de Artes e Moda ou interessados e estudiosos do tema. Por assim dizer, é importante ressaltar que fotografia de moda ocupa um lugar central na sociedade contemporânea porque ativa as formas estéticas que nos conectam à ficção dos modos de vida. Em seu diálogo com o campo da arte, a moda e, conseqüentemente, a fotografia de moda, se aproxima de questões presentes nesse universo, que tem uma grande pluralidade e abre espaço para diversas observações sociais, emocionais. Ou seja, abarca uma miscelânea de semioses.

Neste quesito, vale pautar que a fotografia do século XX desliga-se do conceito exclusivamente documental, que tinha como primeira definição, quando assumia um compromisso de fidelidade com a realidade, como argumentou Kossoy (2016, p. 136): “o conceito de fotografia e sua imediata associação à ideia de realidade, tornam-se tão fortemente arraigados que, no senso comum, existe um condicionamento implícito de a fotografia ser um substituto imaginário do real”.

A partir desta perspectiva é possível observar a elasticidade contemporânea, visto que os regimes de imagens dissolvem as fronteiras rígidas e rigorosas do pensamento modernista, passando a considerar a relação da fotografia com as artes plásticas, moda, performance, cinema e música, desprovida das especificidades técnicas, afastando-se do ideário de perfeição ilusionista ou verossimilhança ou da busca pela verdade. Tendo, também, como artefato o jogo lúdico entre imagens e as mídias, ferramentas e dispositivos envolvidos na manufatura de imagens começam a ter valor de destaque.

Por meio das mudanças supracitadas e ademais fatores que serão percorridos neste trabalho, a imagem contemporânea passa a funcionar como a elaboração de uma fantasia, explorando tanto o seu lado objetivo, certificando o real, bem como o lado da imaginação, que caracteriza a produção de Fotografia de Moda nesse período. Com a experimentação de novas técnicas e linguagens, o gênero desenvolve uma linguagem autônoma dentro da própria fotografia. Conforme Cláudio Marra (2008), a fotografia de moda, e com fins publicitários, sempre teve que atender a um jogo duplo de ser ao mesmo tempo apresentação e representação:

A sutileza do jogo duplo acionado pela fotografia de moda nasce, portanto, da consciência de que não basta mostrar, mas também da intuição de que essa insuficiência não pode ser preenchida com uma expansão exagerada do imaginário, que é necessário construir um território intermediário, aparentemente confiado a um único jogo, no qual o real se faça desejo e o desejo se torne possível (Marra, 2008, p. 51).

Uma imagem é sempre uma representação de qualquer outra coisa e será, sempre, um processo de mediação: uma representação de um referente.

Para Vilém Flusser, o conceito de imagem é complexo e inseparável da análise da tecnologia e de sua influência na cultura. Imagens técnicas são produzidas por meio de mediação técnica, como as digitais, e que se caracterizam por serem constituídas por pontos, pixels e grânulos. Vilém Flusser considerava que as imagens técnicas são o principal código de investigação para compreender a cultura atual.

No livro *A Câmera Clara* (1984), Roland Barthes vê a imagem fotográfica como um objeto carregado de subjetividade e afeto, que transcende análises técnicas ou formais. Seu conceito de imagem é inseparável da experiência emocional, do tempo e da existência humana. A fotografia, para ele, não é apenas um registro do mundo, mas um campo de memória, perda e intensidade afetiva. Neste sentido, a mudança do processo evolutivo analógico para o digital e o avanço das redes sociais trazem implicações que afetam não somente a percepção da fotografia em sociedade e o nosso comportamento, mas são também fatores importantes para novos conceitos da imagem, como a transição da fotografia como documento para a ficção, que foi um processo complexo, marcado por mudanças estéticas, tecnológicas e culturais.

Annateresa Fabris (2011), historiadora da arte, destaca questões importantes relacionadas ao pictorialismo e sua influência na fotografia de moda no início do século XX. Por assim dizer, o pictorialismo foi um movimento fotográfico que surgiu por volta do final do século XIX e início do século XX, e buscava elevar a fotografia a uma forma de arte, aproximando-a da pintura. Os pictorialistas valorizavam a expressividade e a subjetividade na imagem, muitas vezes através do uso de técnicas como o foco suave, a manipulação manual do negativo e a impressão em papel texturizado. Essa abordagem artística da fotografia contrastava com a visão mais documental e objetiva que predominava no início da fotografia, quando o principal propósito era registrar a realidade de maneira precisa. Com o pictorialismo, a fotografia começou a ser reconhecida como uma forma de expressão artística, aproximando-se da ficção visual.

Assim, a influência do pictorialismo na fotografia de moda foi significativa, pois exigia a busca por uma estética mais subjetiva e expressiva, a qual permitiu que os fotógrafos de moda explorassem novas possibilidades criativas. Dessa forma, as imagens tornaram-se mais do que simples registros de roupas e modelos, pois passaram a transmitir atmosferas, emoções e narrativas.

Ainda de acordo com Annateresa Fabris (2011), é importante o destaque no que tange à autenticidade e à verdade na representação fotográfica, posto que enquanto o pictorialismo

enfaticava a manipulação da imagem para criar uma estética mais artística, tal ação levantava debates sobre a honestidade do meio fotográfico, dado que a questão da autenticidade versus manipulação tornou-se um ponto de discussão crucial, especialmente quando se tratava de documentar moda e estilo.

Essa fase de transição marcou o início da aceitação da fotografia como uma forma de expressão artística mais ampla, indo além da mera documentação, haja vista que ao longo do século XX, essa tendência evoluiu ainda mais, culminando em abordagens mais experimentais e conceitualmente ricas na fotografia contemporânea. Dessa forma, a influência do pictorialismo na fotografia de moda foi um passo crucial na transformação da fotografia de documento para a ficção visual, moldando a maneira como entendemos e apreciamos a fotografia até os dias de hoje.

2.1 Moda e fotografia: o belo, o tempo e o juízo estético

Valida-se, portanto, que a moda possui imensa influência na organização social, porque ela tem o peculiar fascínio de abranger o simultâneo, o começo e fim, o encanto da novidade e, ao mesmo tempo, o da efemeridade. Encontrando-se sempre na divisão entre passado e futuro, fomentando no imaginário social o forte sentimento de presença do contemporâneo, inserindo-se em na interação entre lembrança e esquecimento. Dado isso, sua natureza é ser transitória ao se movimentar em espaços de tempo cada vez menores. Ou seja, por meio dessa intersecção, o tempo e o espaço experimentados foram comprimidos, adquirindo uma temporalidade cíclica, chegando-se à conclusão de que a moda encarna as tendências contraditórias de imitação e diferenciação.

Entre as razões para que a moda domine tão fortemente a cultura para formação de uma nova consciência a respeito do novo e das mudanças encontra-se, também a ideia apresentada por Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015, p. 63) do modelo de vida transestético centrado na fruição do belo pelas mudanças sazonais. Assim, a lógica de que as convicções estáveis e indiscutíveis perderam a sua força encontram no sistema da moda o sentido para as experiências sensíveis mais passageiras, pois a percepção de que os elementos mutáveis da vida ganham maior visibilidade são resultantes da constituição de uma sociedade moderna. A vida, de acordo com a moda, é de forma objetiva, uma mistura de destruição e de construção e possui uma unidade peculiar na qual a satisfação do impulso destrutivo e do impulso criativo não se separam.

Ainda partindo desse pressuposto, o vestir como agente de comunicação da sociedade

moderna é um campo de prestígio da experiência estética, formado no prazer de ver e ser visto. Assim, o indivíduo se expressa através de sua aparência e de suas posses, pois como um fenômeno social total, a moda se insere em todas as linguagens. Inclusive e primordialmente: a arte.

Nesse sentido, a busca de uma identidade é necessária para a inserção na sociedade moderna, e interfere na suposta individualização das escolhas de consumo. Os objetos e produtos são agenciadores de subjetividade, promovendo o acesso ao espaço e a temporalidades, a si mesmo e aos outros. O consumo não deve ser entendido somente como consumo de valores de uso, de utilidades materiais, mas, principalmente, como consumo de signos, ressalta-se, por meio da afirmativa, que a cultura é o próprio elemento da sociedade de consumo, e nenhuma sociedade jamais foi tão saturada de signos e imagens como essa.

Naturalmente, a escolha entre bens de consumo se trata de uma escolha compulsória, refletindo a classe social e as limitações econômicas. A noção/percepção de gosto, portanto, seria um marco diferenciador de classes distintas, então criam-se justificativas para que a moda de uma classe seja superior à de outra. Partindo dessa premissa, existe um forte vínculo entre moda e identidade - e a roupa/vestimenta representa um importante papel na construção social da subjetividade. Logo, a moda está relacionada à expressão da nossa individualidade e acaba se tornando um dos meios para essa criação. Percebe-se que na sociedade de moda atual, existe um traço de modernidade com a quebra da tradição, um caráter individualista e grande valorização do novo, que precisa ser estudado de forma mais aprofundada para que haja uma observação mais detalhada e passível de possíveis conclusões ou questionamentos.

2.2 A identidade cultural na pós-modernidade e na sociedade de moda atual

É possível observar que uma mudança estrutural distinta vem ocorrendo nas sociedades modernas desde o final do século XX, fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade. Essas categorias, que anteriormente nos proporcionavam localizações sólidas como indivíduos sociais, estão passando por transformações. Essas mudanças também afetam nossas identidades pessoais, abalando a noção de nós mesmos como sujeitos integrados. Esse fenômeno de perder um sentido de si estável é algumas vezes denominado deslocamento como um modo de desencaixe do sujeito. O duplo deslocamento dos indivíduos, tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de suas próprias identidades, constitui uma *crise de identidade* para o indivíduo.

Na concepção sociológica, a identidade preenche o espaço entre o *interior* e o *exterior*,

entre o mundo pessoal e o público. A projeção de nós mesmos nessas identidades culturais, ao mesmo tempo em que internalizamos seus significados e valores, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. Portanto, a identidade costura o sujeito à estrutura, estabilizando tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que habitam, tornando ambos mais unificados e previsíveis.

Entretanto, argumenta-se que são precisamente essas coisas que estão agora *mudando*. O sujeito, antes vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado, composto não por uma única, mas por várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Correspondentemente, as identidades que compunham as paisagens sociais *lá fora* e que garantiam nossa conformidade subjetiva com as *necessidades* objetivas da cultura estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais, visto que o próprio processo de identificação, por meio do qual nós projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático.

Esse processo culmina na criação do sujeito pós-moderno, concebido como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma *celebração móvel*, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 2006).

Definida historicamente por Bourdieu, a identidade não é uma construção biológica, mas sim uma representação fluida do sujeito. Em diferentes momentos, o sujeito adota identidades distintas, as quais não convergem em torno de um *eu* coeso. Internamente, coexistem identidades contraditórias, exercendo forças em direções diversas, resultando em deslocamentos constantes em nossas identificações. A ilusão de uma identidade completamente unificada, estável, segura e coerente surge apenas pela elaboração de uma narrativa confortável sobre nós mesmos, uma *narrativa do eu* (Hall, 2006).

Outro aspecto dessa questão de identidade está vinculado à natureza da mudança na modernidade tardia, como dissertou Anthony Giddens, especialmente ao fenômeno da “globalização” e seu impacto sobre a identidade cultural. As sociedades modernas, por definição, caracterizam-se por mudanças constantes, rápidas e permanentes, distinguindo-se claramente das sociedades “tradicionais”. Anthony Giddens destaca o ritmo e alcance dessa mudança, enfatizando como diferentes áreas do globo se interconectam, resultando em ondas de transformação social que alcançam virtualmente toda a superfície da terra (Giddens, 1990, p. 6).

Os estilos de vida implementados pela modernidade nos libertaram de maneira notavelmente inédita de todas as formas tradicionais de ordem social. As transformações

associadas à modernidade são mais profundas em termos de extensão e intensidade do que a maioria das mudanças observadas em períodos anteriores. Em termos de extensão, essas transformações estabeleceram formas de interconexão social que abrangem todo o globo, em relação à intensidade, alteraram aspectos íntimos e pessoais de nossa existência cotidiana (Giddens, 1990, p. 21).

Anteriormente consideradas como divinamente estabelecidas e imunes a mudanças fundamentais, essas tradições e estruturas perdiam sua predominância sobre o status, classificação e posição na *grande cadeia do ser*. O surgimento do *indivíduo soberano*, (Nietzsche) entre o Humanismo Renascentista do século XVI e o Iluminismo do século XVIII, representou uma ruptura significativa com o passado, sendo considerado por alguns como o impulso que deu início ao sistema social da *modernidade*. No século XVIII, ainda era possível conceber os grandes processos da vida moderna centrados no indivíduo *sujeito da razão*. No entanto, à medida que as sociedades modernas se tornavam mais complexas, elas adquiriam uma natureza mais coletiva e social.

Uma concepção mais social do sujeito emergiu, onde o indivíduo passou a ser percebido como mais diretamente ligado e *definido* pelas estruturas e formações fundamentais que sustentam a sociedade moderna. Dois eventos significativos contribuíram para a formulação de fundamentos conceituais mais amplos para o sujeito moderno, como deliberou Stuart Hall. O primeiro foi a biologia darwiniana, associando a razão à natureza e a mente ao desenvolvimento físico do cérebro humano. O segundo *descentramento* notável no pensamento ocidental do século XX veio com a descoberta do inconsciente por Freud (1901). A teoria de Freud, que sugere que nossas identidades, sexualidade e a estrutura de nossos desejos são moldadas por processos psíquicos e simbólicos do inconsciente, desafia o conceito de um sujeito cognoscente e racional dotado de uma identidade fixa e unificada. O trabalho de Freud teve um impacto profundo sobre o pensamento moderno nas últimas décadas.

A identidade é verdadeiramente moldada ao longo do tempo por processos inconscientes e não é algo inato, presente na consciência no momento do nascimento. Há sempre algo “imaginário” ou fantasioso sobre sua unidade, permanecendo sempre incompleta, sempre “em processo” e sempre “sendo formada”. Em vez de conceber a identidade como algo acabado, é mais apropriado falar de identificação e vê-la como um processo contínuo. A identidade surge não tanto da plenitude que já existe dentro de nós como indivíduos, mas da falta de inteireza que é “preenchida a partir do exterior”, pelas formas nas quais imaginamos ser vistos por outros.

2.3 A medida do tempo: história, moda & fotografia

No contexto da transição do suporte fotográfico analógico para o digital na fotografia de moda em Belo Horizonte, é fundamental compreender a relação intrínseca entre moda e tempo. Angélica Adverse (2012), em seu texto *Moda medida moderna do Tempo*, aborda essa conexão ao discutir como a moda, na modernidade, se torna um rito de celebração do novo, dinamizando as mudanças e atuando como uma medida do tempo contemporâneo. Segundo Angélica Adverse (2012), a moda inscreve-se em corpos e objetos, atualizando a formação discursiva de novas identidades na modernidade, e se configura como uma experiência onírica e transformadora, transitando entre a realidade e o artifício.

Dessa maneira, a perspectiva de Angélica Adverse (2012) complementa a discussão sobre a influência da moda na organização social e na percepção estética, ao destacar a natureza liminar da moda e sua função como rito de margem na sociedade moderna. Essa abordagem teórica enriquece a análise da fotografia de moda em Belo Horizonte, ao oferecer um arcabouço para entender como as transformações no suporte fotográfico dialogam com as dinâmicas temporais da moda e impactam na construção de novas estéticas e identidades na era digital.

É importante abordar sobre como Walter Benjamin (2006) propõe que a estrutura temporal da modernidade, centrada na brevidade e na velocidade do tempo dinamize as mudanças, resultando em uma atrofia da experiência liminar (Walter Benjamin define o limiar como uma zona na qual há uma consciência do sonho, possibilitando que percebamos dialeticamente a verdade e a ideia inserida na imagem). Jeanne Marie Gagnebin (2010) sugere que parte do trabalho dos antropólogos modernos foi entender como as culturas nas grandes cidades vivenciavam rituais de passagem. A experiência liminar, associada a um “rito de margem”, ocorre durante períodos de transformação, quando deixamos um território estável para adentrar em outro.

Conforme delineado por Walter Benjamin em seu livro *Passagens* (2006), a moda constitui uma medida moderna do tempo, uma vez que o instante que define sua temporalidade está constantemente à frente de si mesmo. A vivência da moda é a experiência de um olhar que, atentamente sintonizado com seu tempo, direciona-se para a esfera do sonho. É através da abordagem do sonho que conseguimos compreender todas as promessas de mudança, de vir a ser, e de transformação. Quando nos propomos a analisar as imagens da moda a partir do aparelho técnico, adentramos à experiência mais íntima do “agora” que nos oferece o presente enquanto categoria de valor para o fenômeno da moda. Este seria o registro da ideia de

movimento que anima a noção de passagem e da moda como movimento do tempo moderno.

Como nos lembra Eugénie Shinkle (2008, p. 12), o percurso entre a história da fotografia e a história da moda se entrelaçaram porque ambos, a fotografia e a moda, explicitaram uma interconexão entre a experiência da modernidade e o efêmero. A história da moda dependeu das imagens da fotografia para iniciar uma narrativa que relatava o modo como foi tecido o modelo emergente do capitalismo estético. A fotografia adentra no campo da moda como um tipo de modernização das práticas de criação industrial que fomentava a evolução dos mercados estetizados de massa. A moda, como indicador de status social, permeou a cultura do sensível no ocidente impactando a experiência estética das imagens do indivíduo.

No século XIX, floresceu a gênese da imagem dos indivíduos como um reflexo da emergente mentalidade individualista da Europa industrializada, a moda de massa despontou em um cenário cultural efervescente em que a noção de espetáculo imbricava as técnicas de autoaperfeiçoamento e opulência material. Apresentar-se como imagem se tornou um imperativo distintivo, adquirindo um significado social e cultural até então reservado apenas à alta-classe.

Neste contexto, a fotografia de moda se revela como uma metáfora da “revolução democrática”, simbolizando o advento da sociedade moderna que possibilitava que o indivíduo burguês se apresenta como imagem, substituindo a pintura dos retratos utilizadas no passado pela elite. A experiência moderna da moda a partir da fotografia intensifica o culto à individualidade, exaltando um novo modelo de estetização do sujeito, conforme observado por Gilles Lipovetsky (2014).

O estilista encontrou na expressão da imagem fotográfica um espaço para divulgar a sua liberdade criativa e, por este motivo, a moda na experiência da modernidade, dependeu do espetáculo visual e da publicidade porque contribuíam para difundir imagens que ampliavam o gozo estético das novidades. Assim como esclarece Eugénie Shinkle (2008, p. 13), o estilista moderno não desejava ser considerado um artesão, ele desejava ser reverenciado como um artista, embora ciente de que seu trabalho dependia do mercado. Daí, a possibilidade de alterar esteticamente as imagens dos seus produtos integrava o trabalho da moda ao campo de experiências estéticas da arte. A moda moderna dependia igualmente do espetáculo visual e da publicidade, com a apresentação visual tornando-se tão crucial quanto a produção das próprias peças de vestuário. Charles Frederick Worth (13 outubro 1825 - 10 março 1895) foi o pioneiro no campo da narrativa fotográfica, ao apresentar os seus produtos a partir da fotografia das peças, utilizando ícones de estilo europeias.

Figura 9 - Condessa Henry Greffulhe ou Elisabeth de Caraman-Chimay (1860-1952), vestindo criação de Charles Frederick Worth de 1896, fotografado por Paul Nadar, Coleção de fotografias do Grand Palais, Paris



Fonte: <http://www.mediatheque-patrimoine.culture.gouv.fr/>.

Ainda, segundo o estudo apresentado por Eugénie Shinkle (2008), o pioneirismo neste aspecto foi evidenciado quando, duas décadas após o advento da fotografia, Charles Frederick Worth (1825-1895) inaugurou o primeiro salão de alta costura de Paris em 1858. Reconhecendo a importância do marketing na moda, Worth compreendeu que o sucesso comercial de seus projetos estava intrinsecamente ligado à sua percebida exclusividade, dedicando-se a promover-se como um árbitro supremo do estilo a partir da apresentação contínua de suas criações por intermédio da fotografia. Consciente de que o valor de uma peça de vestuário era amplificado pelo seu destaque e circulação como imagem, Worth assegurou-se de que seus designs fossem regularmente apresentados na elite da imprensa de moda. Por isso, ele elegeu algumas personalidades para apresentar a ideia conceitual do seu trabalho e propostas de inovação para o estilo de moda. A imagem da moda moderna dependeria essencialmente de uma multiplicidade de transformação do estilo, por isso, o estilista Worth faz uma parceria com o fotógrafo Paul Nadar para representar continuamente as suas principais clientes utilizando as suas criações. A experiência moderna da moda encontrou a fotografia como suporte essencial para exprimir a aceleração da transformação estética dos costumes. Desde o fim do século XIX, a fotografia nos permite compreender as narrativas da experiência moderna da moda pela transformação dos novos regimes de visualidade.

Quando se discute a relação entre moda e mídia, “é essencial contemplar a inserção dos meios de comunicação na vida social e analisar como o universo da moda participa, mobiliza-se e se integra nesse processo de midiatização” (Shimitz, 2014, p. 25).

Ao longo do desenvolvimento da modernidade, a escrita alfabética passa por mudanças

significativas. Ela transcende os limites dos livros e migra para expressões da moda, arquitetura e propaganda. Pode-se dizer que a propaganda, a moda e a arquitetura são formas de escrita que nos possibilitam experiências outras de leitura, pois impactam sensivelmente no imaginário. O que antes era chamado de estilo dá lugar aos modismos, a contemplação da arte foi, em parte, substituída pela percepção acelerada ativada pelo capitalismo estético e pela imagem em movimento da realidade cinematográfica.

As diversas possibilidades da câmera, juntamente, com seus movimentos, libertam-nos da visão naturalista, apresentando mundos e recortes por meio de uma ótica quase anti-física. Por assim mencionar, Walter Benjamin (1994) enxerga o cinema como o meio pelo qual as formas de percepção são treinadas para se alinharem às máquinas modernas. Através dos choques provocados pelos fluxos de imagens, o cinema atende a uma das necessidades cruciais da modernidade: a de viver em descontinuidade. Nesse sentido, no cinema, aprendemos a incorporar descontinuidades e a nos exercitar nelas.

Figura 10 - Canadian, B. 1970 - Wheels and Heels, Series: Diamond Dust, 2020



Fonte: <https://echofinearts.com/artists/48-david-drebin/works/3355-david-drebin-wheels-and-heels-diamond-dust-2020/>.

As fotografias de David Drebin são épicas, dramáticas e, acima de tudo, cinematográficas. Seu trabalho combina pontos de vista voyeurísticos e psicológicos de uma maneira única. O fotógrafo oferece ao observador uma visão das emoções e experiências dos protagonistas dos seus mundos ilustrativos.

Para Walter Benjamin (1994, p. 167), o cinema é a escola da nova percepção do tempo, um saber para o qual não há continuidade, e para o qual não existe valor no sentido clássico do tempo: “Todos nós praticamos essa forma de perceber o tempo sempre que frequentamos uma sala de cinema”. Ele nos diz que pela primeira vez no processo de criação artística das imagens, o olhar substitui as manualidades, pois a mão havia sido liberada das responsabilidades

artísticas mais importantes e que, cabia especificamente ao olhar, a experimentação do aspecto sensível da criação. No caso da fotografia da moda, a técnica possibilitou uma inovação criativa da performatividade dos modos de ser e de aparecer no mundo hibridizado pela produção industrial em diálogo com a arte.

Ao examinarmos a história da fotografia, percebemos um equilíbrio constante entre as tecnologias existentes e os usos fotográficos. A abordagem da fotografia como dispositivo possibilita conceber que tanto as técnicas desenvolvidas influenciaram os usos quanto os usos desenvolvidos influenciaram o surgimento de novas tecnologias. O conceito de dispositivo permite a compreensão da fotografia como um campo em constante evolução.

É relevante mencionar a definição de Vilém Flusser (2002, p. 13), que considera o aparelho fotográfico, assim como todos os aparelhos, como “produtos da técnica que, por sua vez, é um texto científico aplicado”. No caso da fotografia, as leis científicas que orientaram o desenvolvimento do aparelho servem como ideia geral, princípio de associação que estabelece a relação entre um objeto da realidade sensível e sua representação fotográfica.

Ao entendermos a fotografia como um símbolo, destacamos sua condição como um campo constituído por um conjunto de regras e convenções. Essas regras são inicialmente estabelecidas pela construção do dispositivo fotográfico com base em leis científicas, mas nunca são fixas. Apesar de o discurso científico ter sido um dos principais moldadores do campo fotográfico, as convenções que o orientam não se limitam apenas às leis científicas que o originaram; estão profundamente entrelaçadas com os sistemas de conhecimento e poder que caracterizaram o século XX.

A hipótese é a de que a fotografia como uma área que orienta a produção de imagens no campo moda pode constituir um programa do regime visual para a moda, traçando um contexto crítico para temas contemporâneos ou para as narrativas dominantes em cada período histórico. A interação entre a tecnologia digital e os dispositivos fotográficos desencadeia uma transformação no papel da imagem fotográfica na sociedade, inserindo-se em um amplo contexto sociocultural de mudanças nas formas de produção e distribuição de mensagens, impulsionadas pelas recentes tecnologias binárias. Portanto, o significado da fotografia de moda depende de uma rede de confluências temporais, sociais e culturais que mobilizam a percepção estética.

Destaca-se a importância de resgatar historicamente para facilitar a análise do atual momento de transição. Estabelece uma conexão inicial entre as mudanças no campo da fotografia e os modos de representação na sociedade, o que nos leva a refletir sobre o papel da fotografia digital diante dos paradigmas da imagem.

Na contemporaneidade, ao percebermos a influência da digitalização em nosso

cotidiano, observamos como ela modificou os processos de comunicação social. Destaca-se, nesse cenário, a consolidação da internet como uma esfera de publicação, em que conteúdos específicos podem se tornar públicos. A mudança no campo da fotografia está ligada às transformações nos modos sociais de produção e circulação de conteúdo, inseridos em um fluxo cada vez mais acelerado. Nessa transição, a fotografia não é um elemento isolado, mas integra-se ao processo de digitalização, uma tendência global no século XXI.

2.4 Fotografia de moda: sistema & sentido

Roland Barthes, no livro *O Sistema de Moda* (1979), aborda uma série de temas relacionados à moda, incluindo a fotografia de moda. Para o autor, a fotografia de moda desempenha um papel central na indústria da moda, pois ela é uma das principais formas de comunicação utilizadas para promover roupas, acessórios e estilos de vida associados à moda. Roland Barthes (1979) argumenta que a fotografia de moda é mais do que apenas uma representação visual de roupas; ela é uma forma de linguagem que comunica significados e valores culturais mais amplos, que vão além do simples ato de vestir-se, enfocando a moda como uma linguagem simbólica que reflete e molda a cultura e a sociedade. Também analisa a moda como um fenômeno semiótico, onde as roupas e o estilo comunicam mensagens e valores (Barthes, 1979).

Segundo Roland Barthes (1979), a fotografia de moda possui dois aspectos principais: o denotativo e o conotativo. O aspecto denotativo se refere ao conteúdo explícito e objetivo da imagem, como a representação física das roupas, modelos e cenários. Já o aspecto conotativo envolve os significados simbólicos e subjetivos que são atribuídos à imagem, como os valores de status, elegância, sedução e estilo associados à moda.

Por assim dizer, a moda não fotografa somente seus significantes, mas também seus significados. Roland Barthes (1979) discute como a fotografia pode ser usada para criar narrativas visuais e idealizadas em torno da moda, influenciando as percepções do público sobre o que é considerado elegante, desejável ou até mesmo normativo em termos de aparência.

O autor argumenta que a fotografia de moda cria um mundo imaginário e idealizado, um sistema de moda, e examina como essa influência é usada para promover uma determinada visão de estilo e beleza. Essa visão muitas vezes reflete os múltiplos interesses da indústria da moda, como o editorial - de acordo com o mercado do jornalismo de moda, a indústria do vestuário, a indústria da beleza, a indústria do cinema, dentre outros, e pode interferir na forma como as pessoas se veem e se relacionam com ela.

Além disso, Roland Barthes analisa a relação entre a fotografia de moda e o tempo. Ele observa que a moda é um fenômeno temporal, sujeito a mudanças e tendências, e a fotografia de moda desempenha um papel importante na documentação e na construção dessas mudanças ao longo do tempo. Através da fotografia de moda, é possível rastrear e examinar as transformações estilísticas e culturais que ocorrem na indústria da moda e seus efeitos na sociedade como um todo.

A fotografia de moda estabelece uma forte ligação com o comportamento social, podendo ser considerada como um bom registro para o estudo da sociedade. A moda seria, dentre tantas definições, uma linguagem social que refletiria o poder e o controle diante de algumas transformações estéticas que impactariam no espaço social. Dentre tantas definições, esta poderia nos doar uma perspectiva para pensar como a fotografia de moda apresentou novas maneiras e costumes culturais ao longo de uma linha temporal, influenciando toda uma estrutura social através da imagem. A fotografia contribuiu para que pudéssemos perceber as mudanças do imaginário social, a partir da abertura de espaços dialógicos nas imagens representadas pelas revistas de moda que desconstruíam a realidade imediata da história ou da vida social. Estes deslocamentos provocados pela linguagem ficcional da moda, possibilitou a instauração da percepção de uma outra perspectiva sobre os fatos sociais inseridos no plano das imagens.

Considerando-se a questão do duplo e explorando, seguindo as ideias de Simmel (2008), como o campo da moda é formado por princípios duais: a alternância entre desejos, vontades e forças que, ao se desdobrarem em oscilações, se estabelecem preceitos tanto individuais quanto coletivos. Elementos pictóricos como espaço, distância, profundidade, cor, luz, proporções e posição estão sempre inter-relacionados, constituindo e vinculando certos discursos, já que qualquer imagem visual possui uma capacidade narrativa que se desenvolve em uma temporalidade específica. Dessa forma, a dimensão pictórica da fotografia de moda está associada aos processos de produção, circulação, materialização e subversão de sentidos, desejos e valores que caracterizam uma determinada época. A partir dessa discussão, consideramos as imagens fotográficas de moda como parte integrante dos regimes de visualidade, envoltas em um movimento de forças que moldam tanto o que é apresentado para ser observado quanto o que desafia o que é habitualmente visível.

Primeiramente, no fim do século XIX com a inserção da imagem no trabalho dos estilistas, a exemplo, Charles Worth e Paul Poiret, as criações passam a ser difundidas com maior profusão. Logo, há um trabalho de construção da imagem por parte de todas as *Maisons*. Em seguida, os folhetins que utilizam a litografia na difusão das imagens dos produtos e dos ícones de estilo começaram a utilizar a fotografia (retrato). A partir dos anos de 1910, a empresa

Conde Nast iniciou a publicação da *Vogue* introduzindo a fotografia. Os primeiros fotógrafos migraram do Pictorialismo para a expressão de uma cena ainda nova, mas que reproduzia os quadros vivos (*Tableaux Vivants*). Esta fusão de um trabalho de imagem que unifica a narrativa pictorialista com a imagem cênica da moda deu origem aos primeiros trabalhos para as revistas de moda. As imagens de moda surgem, então, como uma forma de questionar como a realidade é construída: um dispositivo que direciona, por um lado, um conjunto de coordenadas que delineiam o que se espera ver em um determinado período, e, por outro lado, um meio de organizar novas expressões e valores, agindo como um espaço contínuo de criação e produção em sua multiplicidade.

Figura 11 - Oscar Gustav Rejlander, *The Two Ways of Life* (1857)



Fonte: <https://comunicaflavio.blogspot.com/2014/08/um-fotografo-por-semana-adolph-de-meyer.html>.

Figura 12 - Barão Adolph de Meyer (01 de setembro de 1868 - 6 de janeiro 1946)



Fonte: <https://comunicaflavio.blogspot.com/2014/08/um-fotografo-por-semana-adolph-de-meyer.html>.

É praticamente impossível dissociar a moda da noção de dualidade. Parece que o conceito de duplo, a ideia especular, a imagem refletida e a projeção de um outro corpo - seja através de vestimentas ou imagens - desempenham um papel fundamental na definição da própria essência da moda. Essa dualidade se manifesta também na dinâmica de forças que a moda estimula, entre a imitação e a distinção, entre o semelhante e o distinto, ressaltando que

“unir e diferenciar são as duas funções básicas que se combinam de forma inseparável” (Simmel, 2008, p. 25).

Ao buscar entender o contemporâneo, Giorgio Agamben (2009, p. 66) enxerga na moda “um excelente exemplo dessa experiência singular do tempo que denominamos contemporaneidade”. O filósofo descreve a moda como algo “inapreensível”, oscilando entre o “ainda” e o “não mais” (Agamben, 2009, p. 66). A partir dessa percepção temporal, o autor observa uma relação entre moda e descontinuidade: “O que define a moda é sua introdução de uma descontinuidade peculiar no tempo, dividindo-o entre sua atualidade ou falta dela, seu estar e não estar mais na moda” (Agamben, 2009, p. 66).

O processo de semelhança ou distinção, a lógica dual de Simmel, a continuidade e a descontinuidade ressurgem aqui como fenômenos temporais. O estudioso ainda aborda a conceituação de dispositivo, valendo-se da perspectiva de Michel Foucault (2021) que analisa a interação entre os seres vivos e o contexto histórico. Para Michel Foucault, o termo “dispositivo” refere-se ao conjunto de instituições, mecanismos de formação de subjetividade e regras que manifestam as dinâmicas de poder, explorando as formas específicas pelas quais os dispositivos influenciam as relações, os mecanismos e as estratégias de poder.

Dessa maneira, Giorgio Agamben sugere uma categorização abrangente do real em duas grandes categorias: por um lado, os seres vivos (ou substâncias) e, por outro, os dispositivos, nos quais estes estão constantemente sendo capturados. Ele define dispositivo como qualquer elemento capaz de captar, direcionar, influenciar, interceptar, moldar, controlar ou garantir as ações, comportamentos, crenças e discursos dos seres vivos.

Ainda conforme Giorgio Agamben, a expansão sem limites dos dispositivos na era atual é acompanhada por uma multiplicação dos processos de formação da subjetividade. Atualmente, não existe momento na vida dos indivíduos que não seja influenciado, modificado ou regulado por algum dispositivo. É apropriado caracterizar o estágio atual do desenvolvimento capitalista como uma acumulação e multiplicação extensa de dispositivos. O dispositivo é primordialmente um instrumento que gera subjetividades e, nesse sentido, funciona também como um mecanismo de controle social. Ou seja, no cerne de cada dispositivo, reside um profundo desejo humano de felicidade. A captura e a transformação desse desejo em algo distinto são o que confere ao dispositivo sua força particular. As sociedades modernas são descritas pelo autor como entidades inertes, marcadas por vastos processos de (des)subjetivação, os quais não levam à formação de uma subjetividade autêntica.

Se considerarmos a moda como um fenômeno dual, que delinea códigos sobre o vestuário, tanto através do olhar interno quanto externo, é crucial reconhecer o marco

significativo em sua evolução com o advento da fotografia. Embora a produção de imagens e a prática de vestimenta remontem a séculos, é na era moderna, especialmente no século XX, que a intersecção entre moda e fotografia se torna proeminente e quando são formalmente nomeadas e assumem um papel central em nossas práticas contemporâneas, moldando nossos corpos, nossos sentidos e nossas subjetividades.

A moda e a fotografia estabeleceram uma relação de duas vias, operando a uma velocidade semelhante à de uma autoestrada, na construção de uma linguagem por meio da imagem. Nesse contexto, é intrigante refletir sobre como esse dispositivo passou a mediar a relação entre o indivíduo e a imagem que se cria. Como salientado por Mauad (1996), há uma mensagem que se desdobra ao longo do tempo, compondo funções simbólicas distintas e resultando de uma seleção entre diversas possibilidades. No entanto, a visibilidade decorrente desse processo não se limita à cena representada, penetrando em um espaço invisível além dela.

Dessa maneira, compreendemos a fotografia de moda como uma ação ativa, pois ela possui a capacidade de gerar e criar, novas possibilidades. Essa capacidade está integrada ao que são conhecidos como dispositivos. Segundo Michel Foucault (2021), um dispositivo é:

Um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos (Foucault, 2021, p. 244).

É importante destacar que essa rede - ou conjunto - não é estática, mas sim aberta, móvel e instável, o que resulta em rearranjos e rearticulações em diferentes estados do dispositivo. A fotografia de moda, com sua forte inclinação especulativa, opera como uma espécie de desarranjo dessas modalidades: agindo como um meio eficaz para desafiar os padrões de representação, provocando uma contínua reorganização das forças que constituem o dispositivo.

Nesse contexto, examina-se a colaboração entre o fotógrafo Edward Steichen e o estilista Paul Poiret como parte desse processo produtivo singular, que se afasta do que foi discutido anteriormente em relação ao interdito. Trata-se de um trabalho que organiza uma visualidade que escapa aos códigos convencionais dos padrões de vestimenta.

Paul Poiret, nascido em 1879, em Paris, é conhecido por trazer a questão do “corpo em cena” para o centro de sua prática. Com experiência prévia em uma fábrica de guarda-chuvas e uma inclinação precoce para o desenho, ele começou sua carreira na Maison Jacques Doucet, onde criou o famoso manto intitulado Confucius. Em 1903, estabeleceu seu próprio ateliê, destacando-se por suas vitrines inovadoras (Marcier; Costa; Sarinho, 2022).

Figura 13 - Paul Poiret



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Paul_Poiret.

Edward Steichen, nascido em 1879, no Luxemburgo, imigrou para os Estados Unidos ainda na infância. Demonstrando talento precoce, quando começou a estudar litografia na Companhia de Belas Artes de Milwaukee aos 15 anos, onde desenvolveu um profundo interesse pela pintura e pela fotografia. Em 1902, fundou a *Photo-Secession* em Nova York, em parceria com Alfred Stieglitz, e colaborou na organização de exposições de artistas modernos europeus na galeria 291 de Stieglitz. Durante a existência da revista *Camera Work*, Steichen foi o artista com mais publicações (Marcier; Costa; Sarinho, 2022).

Figura 14 - Edward Steichen



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/211387776237466314/>.

Quando Steichen se deparou com o trabalho de Paul Poiret, criaram juntos o que muitos estudiosos reconhecem como o primeiro editorial fotográfico de moda. Embora não seja oficialmente reconhecido como tal, o ensaio realizado em Paris por Steichen e Poiret em 1911 para a Revista *Art et Décoration* marcou um diálogo entre as duas formas de arte. Com sua formação pictorialista, Steichen demonstrou habilidade em transitar do desfoque à nitidez, em uma amplitude capaz de dialogar com a fluidez dos tecidos e a estrutura rígida das peças de

alfaiataria, características fundamentais do fazer da moda (Marcier; Costa; Sarinho, 2022).

Figura 15 - Edward Steichen, Fotografia PB, 1911, revista *Art et Décoration*, Paris



Fonte: <https://fromthebygone.wordpress.com/2017/01/26/the-first-modern-fashion-photography-shoot-paul-poiret-by-edward-stechen-1911>.

Figura 16 - Edward Steichen, L'Art de la Robe by Paul Poiret in *Art et Décoration*, 1911



Fonte: <https://fromthebygone.wordpress.com/2017/01/26/the-first-modern-fashion-photography-shoot-paul-poiret-by-edward-stechen-1911>.

Partindo dessas premissas, Poiret via a vestimenta não apenas como um mero exercício técnico, mas sim como uma oportunidade para criar uma integração entre a moda e a arte. Em 1908, em colaboração com o ilustrador Paul Iribe, ele produziu um álbum apresentando os desenhos de seus vestidos de alta-costura, nos quais a atmosfera especulativa era mais importante do que uma simples representação fiel da roupa. Poiret lançou assim sua moda a um espaço permanente de criação (Marcier; Costa; Sarinho, 2022).

Isso demonstra a visão singular de Poiret em relação à sua época, delineando os contornos daquilo que hoje chamamos de direção artística ou direção de arte. É importante

ressaltar que, naquela época, o cinema ainda não havia alcançado o status de arte imagética mais celebrada. A moda, juntamente com o teatro e os bailes, emergia como um possível palco para cenas, fantasias, e projeções de sonhos e desejos. Talvez essa visão da moda sempre em conexão com outras formas de arte tenha permitido a Poiret alcançar feitos tão inovadores, como a primeira coleção de estampas para casa em colaboração com Raoul Dufy, os desfiles itinerantes pela Europa na virada do século e o primeiro editorial de moda com Edward Steichen, em 1911, para a revista *Art et Décoration* (Marcier; Costa; Sarinho, 2022).

Figura 17 - Les Robes de Paul Poiret foi um livro de ilustrações de Paul



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/557883472583313513/>.

Conforme observado, a produção de imagens nunca está desconectada das transformações de seu contexto. Na representação clássica, o mundo se apresenta ao observador por meio de relações de reflexão, correspondência e representação. Contudo, na modernidade, que liberta o observador de um ponto de vista fixo, as capacidades sensoriais ampliam-se, permitindo uma atenção sensorial plural que desafia o controle do sujeito sobre o mundo dos objetos, fluindo além de limites, fronteiras e posições fixas.

Logo, a fotografia abre caminho para um novo território, redefinindo a maneira como os corpos femininos se apresentam, desencadeando uma profusão de gestos até então inimagináveis neste novo ritual de se vestir. Nesse contexto, ela se torna um espaço de dissolução e inovação, oferecendo simultaneamente a oportunidade de reinterpretar esses corpos: o ato de vestir-se é convocado para uma construção própria, onde seus gestos indicam um processo alternativo de criação e refinamento.

2.5 Ficção & fotografia: novos paradigmas estéticos

Para Susan Kismaric e Eva Respini (2004) em *Fashion Fiction in Photography since 1900*, a evolução da fotografia de moda acompanhou a transformação da indústria da moda, migrando do salão para as ruas. Assim como a moda, a fotografia se adapta e se desenvolve não apenas por avanços tecnológicos, mas também por inúmeras mudanças culturais, sociais e econômicas, impulsionadas pelo esforço de comercializar roupas. Tanto a fotografia de moda quanto a moda deixaram de ser reflexos das aspirações da alta burguesia, assumindo um novo papel emblemático em um ambiente comercial diversificado, dinâmico e cada vez mais jovem, no qual o ritmo da mudança se tornou impulsionado por uma nova indústria.

A partir da segunda metade do século XX, o entendimento da juventude como um conceito e estilo de vida migra para a concepção das imagens. Este fator altera a produção das imagens da moda que passam a representar os movimentos da subcultura urbanos. Como resultado, há uma transformação dos paradigmas estéticos. Esta transformação é visível na fotografia de moda entre os anos 1960-1990. Os anos 1990 foi uma década na qual o gênero se afastou do paradigma de beleza idealizada e clássica em direção a um novo vernáculo associado ao estilo de vida, cultura pop, juventude e *demi-monde*. As mudanças fundamentais nessa transição incluem transformações na moda em si, em seu público e na forma como é comercializada, haja vista que um elemento de grande importância foi o surgimento na fotografia artística.

Como resultado, grande parte da fotografia de moda deixou de capturar um momento atemporal e passou a tentar representar um instante específico no tempo. Dois dos principais modos narrativos que dominaram a fotografia de moda nas últimas décadas foram a influência do cinema e do instantâneo. Ambas as abordagens criam enredos e narrativas fragmentadas, conferindo às imagens uma complexidade dramática e uma aura de intimidade e autenticidade pessoal.

Assim, uma das transformações mais significativas nesse cenário caótico e fértil da fotografia de moda foi a subordinação do tema principal, o vestuário, à representação fotográfica do estilo de vida. Este passou de um objeto congelado de beleza para tornar-se um componente sedutor de uma narrativa. A antimoda dos estilos urbanos reconfigura a imagem da juventude “a antimoda, nos dias de hoje, ainda propõe sua alternativa libertária com força suficiente para não permitir que algum criador contemporâneo deixe de lado os fenômenos espontâneos nascidos na rua” (Baudot, 2008, p. 225).

Alguns dos fotógrafos apresentados aqui podem ser categorizados, principalmente,

como artistas, enquanto outros se enquadram na esfera dos profissionais comerciais. No entanto, a fluidez dessas categorias representa um momento particularmente fecundo no intercâmbio entre as artes e a fotografia.

A seguir, apresento as fotografias da moda inglesa e francesa dos anos de 1960 a 1990.

Figura 18 - PollyMagoo



Fonte: illithablog.wordpress.com.

Figura 19 - A jovem inglesa Twiggy com sua mini saia Mary Quant



Fonte: <https://altacultura.wordpress.com/2011/01/28/a-elegante-polly-magoo>.

Figura 20 - Yves Saint Laurent and Piet Mondrian



Fonte: <https://www.vincentvangoyard.com/yves-saint-laurent-and-piet-mondrian-1965>.

Figura 21 - Andre Courrèges - percussor da moda futurista dos anos 60



Fonte: <https://en.muzeo.com/art-print/andre-courreges-and-his-creations-on-january-26-1968/rue-des-archives>.

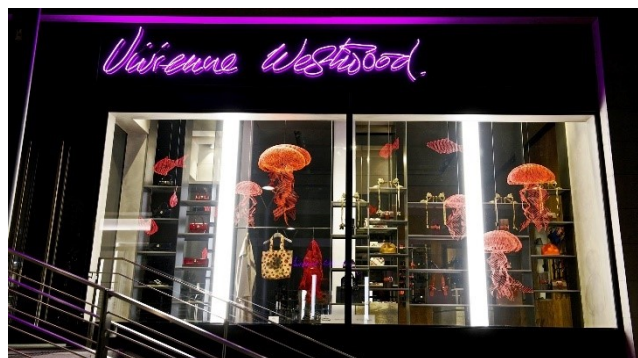
Biba foi uma das mais famosas boutiques de moda feminina dos anos 60, em Londres.

Figura 22 - Mini saia, bolsa e chapéu by Biba, 1967



Fonte: <https://www.vogue.co.uk/article/biba-exhibition-london>.

Figura 23 - Loja da Viviane Westwood



Fonte: <https://www.archilovers.com/projects/195795/vivienne-westwood-boutique-milano-gallery?1770747>.

Rykiel foi pertencente ao movimento do *prêt à porter* que se tornou popular nos anos

1970 graças a seus desenhos pensados para mulheres que procuravam comodidade e liberdade de movimento.

Figura 24 - Sonia Rykiel



Fonte: <https://www.kvpr.org/2016-08-25/sonia-rykiel-designer-known-as-the-queen-of-knitwear-dies>.

Icônica na década de 1980, a FIORUCCI lançou moda entre os jovens brasileiros e conquistou os fashionistas da época com seus jeans e camisetas badalados, suas peças de plásticos (bolsas, sandálias, etc.), com uma cartela de cores bem colorida.

O objetivo é “explorar novas formas de comprar e vivenciar a moda misturando-as na mesma plataforma” (Jean Paul Gaultier).

Figura 25 - Fiorucci



Fonte: https://www.instagram.com/newdivisionshop/p/C9awleJJDdI/?img_index=1.

Kenzo Takada foi um estilista japonês, fundador da marca de perfumes, cosméticos e roupas Kenzo, se tornando a primeira grife japonesa a encantar o mundo da moda.

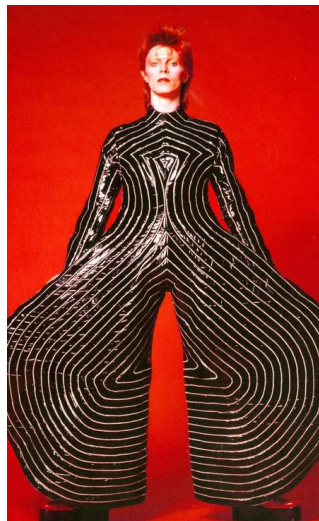
Figura 26 - Desfile de Kenzo Takada



Fonte: <https://www.escoladeestilo.com.br/tudo-sobre-kenzo-a-primeira-grife-japonesa-que-encantou-o-mundo-da-moda/>.

Yohji Yamamoto ficou conhecido por criar roupas ousadas que desafiavam os códigos de gênero e apresentavam cores vivas. Ganhou fama com desfiles internacionais e, em particular, a partir da década de 1970, por sua colaboração com David Bowie.

Figura 27 - Criação de Yohji Yamamoto



Fonte: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/morre-aos-76-anos-estilista-japones-kansai-yamamoto-24552741>.

O diálogo entre esses dois campos sempre foi crucial, e a natureza dessa relação tem variado ao longo do tempo. De fato, a arte tem exercido sempre uma influência significativa sobre a moda, e há casos em que as primeiras incursões na fotografia de moda foram

reconhecidas como formas de arte, como evidenciado nos trabalhos de Edward Steichen, Cecil Beaton, Barão Adolf de Meyer, Horst P. Horst, Irving Penn e Richard Avedon, entre outros.

A década de 1990, no entanto, se destacou como um período particularmente fértil para o intercâmbio entre a arte e a fotografia de moda. O emprego de técnicas fotográficas comerciais por fotógrafos ligados às artes e a influência da fotografia artística no campo da moda indicam uma interação entre o mundo da arte contemporânea e a cultura de consumo. A afinidade constante entre a fotografia artística e a fotografia de moda criou um ambiente propício para o rápido desenvolvimento desta última, mantendo uma estreita relação com a expressão artística. Essa dinâmica de intercâmbio contribuiu significativamente para a transformação tanto da estética quanto da linguagem na fotografia de moda ao longo desse período.

Entretanto, no rescaldo da década de 1940 e durante a subsequente Guerra Fria, a concepção de uma hierarquia social idealizada nunca mais seria a mesma. O seu lugar no cenário foi desafiado pelo surgimento de uma noção *anti-establishment*, que derivava seus valores da cultura de massa. Nesse período, o pronto-a-vestir sobrepujou a alta-costura como a principal influência na definição de tendências na moda. As fotografias de moda da geração de fotógrafos que iniciaram suas atividades no final da década de 1940 tinham como principal objetivo descrever as roupas conforme apresentadas pela modelo. Similar a uma natureza morta, as vestimentas e as mulheres eram dispostas artisticamente, com uma meticolosa atenção voltada para a singularidade, originalidade ou detalhes de cada peça. Irving Penn e outros fotógrafos selecionados dessa época encaravam sua missão de forma bastante estrita, interpretando e descrevendo as roupas como personificações da perfeição e elegância.

Irving Penn (1917-2009), em particular, desempenhou essa tarefa de maneira brilhante e com notável inteligência. Ao mesmo tempo, as fotografias de Penn e de outros talentosos fotógrafos de moda daquela era refletem um sistema de valores correspondente ao período. Seu trabalho retrata membros idealizados de uma classe social superior, destacando-se pela boa educação e refinamento. Nestas imagens, o poder do privilégio é retratado como absoluto, assim como os padrões nítidos e elegantes de beleza que estão integrados a ele.

Um dos marcos no desenvolvimento dessa nova visão *anti-establishment* foi o trabalho de William Klein (1926-2022). Seus negativos eram expostos em condições de sombras ou pouca luz, ou em velocidades mais lentas, resultando em uma impressão do negativo com granulação e desfoque altamente visíveis. O estilo fotográfico ousado de Klein, que utilizava frequentemente uma câmera 35 mm, quebrava com a artificialidade encenada do plano teatral, ao mesmo tempo em que introduzia a noção de teatralidade nas ruas.

Figura 28 - Girls Laughing + Tongues, New York, 1955 -11 X 13 7/8 Inches



Fonte: <https://www.howardgreenberg.com/exhibitions/>.

A partir de meados da década de 1950, Klein começou a colaborar com a Vogue, tornando-se desde então um nome influente na fotografia de moda. Em suas fotografias, a modelo passou a ser representada como uma mulher de rosto revigorante, firme e nada convencional. Gradualmente, o espectador era conduzido por um caminho que aproximava as imagens de moda das “realidades” da vida.

Figura 29 - Nina + Simone, Piazza Di Spagna, Rome, 1960



Fonte: <https://www.artsy.net/artwork/william-klein-nina-plus-simone-piazza-di-spagna-rome-vogue-variant>.

William Klein e os novos fotógrafos *anti-establishment* estavam transformando a relação entre os consumidores de moda e as próprias imagens, ao mesmo tempo em que redefiniam o foco da fotografia de moda. Os leitores de revistas de moda e os espectadores de fotos de moda não eram mais meros observadores, mas sim participantes implícitos.

À medida que os fotógrafos de moda alteravam os modelos de objetos para retratar seres humanos ativos em situações realistas, criavam uma dinâmica na qual o espectador se tornava

uma extensão dessas situações. Todos os elementos - modelo, roupa, fundo, iluminação, situações, imagem e espectador, se envolviam em uma fantasia narrativa.

Na sua época, fotógrafos como Klein (e posteriormente Guy Bourdin, Helmut Newton e Richard Avedon) lideravam a vanguarda da indústria da moda. Por definição, destacavam-se de um grupo menos inovador, visto que a maioria das fotografias de moda tiradas, naquela época, eram simples retratos de mulheres com uma ênfase clara nas roupas. No entanto, ao longo do tempo, o campo da fotografia de moda gradualmente absorveu as inovações estabelecidas por esses líderes anteriores. A expansão da fotografia de moda, indo além do vestuário para abranger o estilo de vida, refletiu uma grande transformação na indústria da moda.

Ao adaptar-se aos interesses e preocupações de um público contemporâneo, essa evolução ampliou drasticamente as possibilidades para os fotógrafos. Agora o design é igualmente influenciado pelo consumidor comum ou pela “rua”. Os jovens, com o conceito de ser social comunicativo, estudado por Lev Vygotsky, constituem o principal público-alvo dos bens de consumo, exercendo efetivamente seu poder econômico para influenciar as ideias e preferências que chegam. No mundo da arte pós Andy Warhol, os fotógrafos também passaram a utilizar técnicas narrativas explícitas ou implícitas para dar vitalidade ao seu trabalho. A fotografia de moda integrou-se rapidamente ao nosso cotidiano.

Em Londres, no verão de 1980, Terry Jones, ex-diretor de arte da Vogue britânica, fundou a i-D Mag, inspirada pelo punk londrino e pela cultura de rua. A i-D Mag apresentava fotografias ousadas em preto e branco de moda de rua, com layouts influenciados pelo punk. Lançada alguns meses antes, paralelamente com The Face, outra revista influente, a iD se tornou o diário visual de uma nova geração.

Figura 30 - Mica Arganaraz in Isabel Marant by Drew Vickers For I-D Magazine Fall 2021



Fonte: <https://fashionfav.com/magazine-editorials/mica-arganaraz-isabel-marant-drew-vickers-i-d-magazine/>.

Figura 31 - The_Face_Vol_4_No_19_1024x



Fonte: <https://www.newsstand.co.uk/700-indie-magazines/35592-subscribe-to-the-face-issue-19-skeptamagazine-subscription.aspx>.

A edição especial de fevereiro de 1982 da revista *Artforum* trazia a fotografia de capa de um corpete de vime e saia de náilon-poliéster, do inovador designer japonês Issey Miyake. Foi a primeira vez que a moda ganhou destaque na capa de uma revista de arte contemporânea. A influência da arte nas revistas de moda também se destaca, refletida no aumento de artistas que buscam visibilidade em revistas de grande circulação, seja fotografando para editoriais ou incorporando técnicas comerciais de fotografia de moda em suas próprias obras.

Em 1985, o jornal nova-iorquino *Village Voice* lançou o encarte de moda *View*, buscando destacar fotografia, design e moda inovadores, sem se prender a tendências. A *View* não contava com fotógrafos de moda renomados nem apresentava modelos profissionais; ao invés disso, contava com fotojornalistas e fotógrafos de arte como Nan Goldin, Laurie Simmons, Gilles Peress e Philip-Lorca, que aplicavam suas práticas artísticas às histórias que escreviam. Apesar de ter sido descontinuada após seis edições, as estratégias adotadas anteciparam o pensamento por trás de muitas das revistas independentes da década de 1990.

A onda de revistas independentes, que surgiu na década de 1980, impulsionou a integração de fotógrafos de arte no cenário da moda. Fundadas nos anos 1990, publicações como *Dutch*, *Purple*, *Tank*, *Self Service*, *Big*, *Surface* e *Sleek* uniram os universos da arte e da moda, apresentando jovens e desconhecidos fotógrafos e designers. Embora muitas dessas revistas tivessem uma circulação limitada e uma vida útil breve, incentivaram a criatividade e a inovação. Os editoriais não surgiam apenas das tendências das passarelas, haja vista que essas revistas promoveram a intersecção entre arte, música, moda, design e cultura jovem. Dessa forma é importante salientar que Walter Benjamin, Ingmar Bergman e Gilles Deleuze se cruzam

nesta miscelânea com ideia e percepção da fotografia e do cinema, pois: “A técnica mais exata pode dar às suas criações um valor mágico que um quadro nunca mais terá para nós”, diz Walter Benjamin em *Pequena história da fotografia* (2012, p. 94), referindo-se à potência da técnica para a arte.

A ênfase na narrativa na fotografia de moda traz à tona outro aspecto influente do meio: o cinema. Desde os trabalhos pioneiros de Eadweard Muybridge e Étienne Marey no final do século XIX, a relação entre as duas formas de arte tem sido evidente. O cinema, possivelmente a linguagem mais popular do século XX, inevitavelmente inspirou tanto a fotografia de arte quanto a de moda a se apropriarem das construções imagéticas e narrativas desse meio.

No caso da fotografia de moda, a apropriação de imagens e narrativas do cinema foi impulsionada pelo glamour explicitamente criado pelo meio em movimento. O glamour e o melodrama, fundamentais para o apelo de massa do cinema, tornaram-se uma espécie de estenografia visual que a fotografia de moda incorporou facilmente para amplificar o impacto de suas próprias narrativas. Personagens dos filmes de Hollywood, especialmente aqueles das décadas de 1950 e 1960, de cineastas como Alfred Hitchcock, Jean-Luc Godard e Michelangelo Antonioni, são continuamente reinterpretados na fotografia de moda, unindo o glamour cinematográfico ao da moda.

As técnicas cinematográficas adotadas pelos fotógrafos de moda contemporâneos abrangem desde a elaboração consciente de histórias com personagens totalmente desenvolvidos até a aplicação de iluminação e ângulos de câmera, geralmente empregados pelos cineastas. O formato de revista proporciona ao fotógrafo a oportunidade de construir uma narrativa extensa em várias páginas; assim, um detalhe revelador, uma imagem prolongada de um objeto ou uma pessoa saindo de uma sala, insinuam uma narrativa mais complexa, a ser completada pelo espectador.

Um exemplo contemporâneo notável da fusão consciente de técnicas cinematográficas com a fotografia é Philip-Lorca diCorcia. Suas fotografias são cuidadosamente planejadas, combinando os atrativos da fotografia cinematográfica e comercial com uma compreensão profunda das possibilidades de significado no cotidiano: como o ordinário pode tornar-se extraordinário quando enquadrado com inteligência e imaginação.

Figura 32 - Blue Velvet



Fonte: <https://www.afi.com/news/afi-movie-club-blue-velvet/>.

Inspirado pelo filme *Blue Velvet* de David Lynch, lançado em 1986, que explora a estranheza potencial oculta sob a superfície de nossas vidas, diCorcia capta a atmosfera de mistério e suspense. O filme, ambientado em uma pequena cidade americana, contrasta um brilho antinatural durante o dia com cenas noturnas, onde detalhes revelados nas sombras aumentam a sensação de que algo oculto e ameaçador está sob a superfície.

A inclinação cinematográfica na fotografia de moda reflete o que podemos chamar de aspecto público da fotografia moderna, a dimensão envolvida em nossa representação dos outros. No entanto, há uma outra tendência na fotografia que emergiu como uma influência dominante, paradoxalmente, tanto na fotografia de arte quanto na de moda: o aspecto privado. Essa corrente provém do vasto reino de imagens não destinadas à exibição pública, nascendo do universo dos instantâneos e álbuns de família.

“A fotografia mais próxima da verdade é o instantâneo”, afirmou a fotógrafa Lisette Model. O instantâneo familiar sincero é percebido como casual, inocente e não orquestrado, capturando a vida e as pessoas em sua verdadeira essência, desprovidas das pretensões e construções da arte ou da fotografia de estúdio. Ele se desvia das convenções da fotografia séria, colocando mais ênfase no conteúdo do que na composição original, cores precisas ou qualidade de impressão. Com seu aparente imediatismo emocional, o instantâneo preenche o domínio familiar.

Apesar das fotografias familiares clamarem por sinceridade, elas não necessariamente retratam eventos com precisão, e a postura rígida do retrato de estúdio ainda permeia muitas fotos de família atualmente. Essa apresentação para a câmera representa um ritual cultural no

qual as famílias participam ano após ano, apontando para a complexidade das camadas de significado dentro do quadro autobiográfico.

Na década de 1990, a estética dos instantâneos e álbuns de família passou a inspirar a fotografia de moda quase tanto quanto a influência do cinema. Essa inspiração se manifestou de duas maneiras: posada e sincera. Quando encenado, o instantâneo evoca momentos ritualísticos e cenários cuidadosamente planejados de interação familiar, enquanto o instantâneo sincero introduz um senso de realidade ou autenticidade nas páginas das revistas de moda.

A distinção entre o fotógrafo amador casual e o fotógrafo comercial qualificado muitas vezes se torna propositalmente ambígua nas imagens de moda da década de 1990. Alguns fotógrafos contemporâneos passaram a utilizar câmeras compactas para capturar de forma discreta, amigos, familiares e situações da vida real - a moda tal como é vivida.

Não apenas os modelos e as narrativas eram atípicos, mas as próprias fotografias frequentemente pareciam instantâneos. Essas imagens foram interpretadas como desafios subversivos e autênticos às convenções da imagem de moda, introduzindo o *realismo* em um gênero glamoroso. No entanto, as novas fotografias *espontâneas* eram tão cuidadosamente elaboradas quanto qualquer outra imagem de moda, inevitavelmente tornando-se tão refinadas e autoconscientes quanto os retratos de estúdio que substituíam.

A apropriação da estética instantânea na década de 1990 coincidiu com o surgimento das roupas desconstruídas e o ressurgimento da moda vintage, promovendo uma expressão de estilo mais individualizada. Ao contrário dos anos 1980, marcados pela conscientização das marcas, a prática comum de misturar e combinar marcas de alta qualidade com produtos de lojas de departamentos tornou-se evidente, mesmo em revistas mais comerciais que destacavam a seleção de roupas como um símbolo crucial de estilo pessoal. Como por exemplo, o diálogo entre a fotógrafa Débora Tuberville e a estilista Rei Kawakubo da marca Comme des Garçons nos anos de 1980.

Figura 33 - Débora Tuberville - Comme des Garçons



Fonte: <https://loeildelaphotographie.com/en/deborah-turbeville-comme-des-garcons/>.

Em 1985, foi estabelecido um precedente para essa nova direção na fotografia de moda, que se tornaria predominante em meados da década de 1990. As fotografias simples e desprovidas de glamour, de Nan Goldin, apresentando quatro mulheres nos Banhos Russos do Lower East Side de Nova Iorque, antecipam a estética instantânea de muitas imagens de moda dos anos 90. As modelos posaram de maneira despreocupada, enquanto relaxavam nos bancos de pedra e nas piscinas revestidas de azulejos do balneário, aparentemente alheias à presença da câmera. A iluminação é amadora, o enquadramento é solto, e as modelos raramente fazem poses ou sorriem para a câmera.

As fotografias de Goldin são notavelmente despreziosas, pois as modelos são amigas de Goldin, e as relações entre as mulheres, mais do que qualquer idealização de beleza, são o foco central das fotografias. Nesse contexto, as roupas se tornam cativas das imagens - uma abordagem inovadora para definir e comercializar moda.

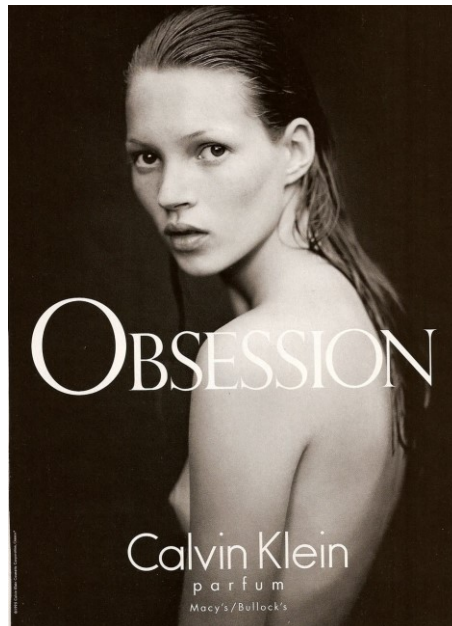
Figura 34 - Goldin Lydia - The Russian baths New York City



Fonte: <https://www.artsy.net/artwork/nan-goldin-lydia-lunch-at-the-russian-baths-new-york-city>.

Outro fotógrafo influenciado pela imagem autobiográfica é Mario Sorrenti, que ganhou destaque ainda jovem por seu anúncio da campanha Calvin Klein Obsession, em 1992, apresentando a jovem Kate Moss nua em uma praia idílica e exuberante, capturada em preto e branco.

Figura 35 - Kate Moss - Campanha Calvin Klein



Fonte: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2015/05/kate-moss-revela-historia-por-tras-da-icone-campanha-para-o-perfume-obsession-da-calvin-klein.ghtml>.

Juergen Teller é mais um fotógrafo cujos resultados são surpreendentemente honestos e contundentes, nem sempre retratando as mulheres da maneira mais lisonjeira. As imagens transmitem uma sinceridade que revela a aguçada sensibilidade de Teller para composição e humor, reforçando a ilusão de oferecer um momento autêntico. As fotos de Teller são simples e descomplicadas, capturadas com uma câmera automática de 35 mm para instantâneos.

Figura 36 - Juergen Teller - More Handbags



Fonte: <https://www.koffietafelboeken.nl/en/product/juergen-teller-more-handbags-9783969992906>.

Por ora, é possível compreender que as convenções do álbum de fotos de família também desempenham um papel significativo nas imagens e histórias de moda produzidas durante a década de 1990. Os renomados fotógrafos de arte Larry Sultan e Tina Barney adotaram o formato da revista para criar narrativas que evocam imagens de álbuns de família. As fotografias de Sultan para a campanha Outono/Inverno 2002 da Kate Spade incorporam momentos congelados de interações domésticas idealizadas, aproveitando o artifício da moda para criar narrativas exageradas que abordam as convenções domésticas.

Tina Barney utiliza o tema da fotografia de família para construir narrativas ricas em complexidade e tensão. Suas fotos oferecem visões íntimas do círculo privilegiado das famílias abastadas da Costa Leste, onde ela cresceu. Embora as fotografias sejam parcialmente inventadas, surgem de interações cotidianas entre familiares, posto que cada imagem é cuidadosamente organizada para transmitir uma narrativa.

Figura 37 - Tina Barney



Fonte: <https://theface.com/culture/tina-barney-interview-theatre-of-manners-the-europeans>.

Na década de 1990, a fotografia de moda buscou comunicar narrativas além do âmbito da moda, incorporando elementos estéticos do cinema, instantâneos e fotografias de família. Este movimento representou uma tentativa por parte dos fotógrafos e editores experientes de enriquecer suas imagens com uma ressonância e um significado que abordassem as preocupações, desejos e realidades da cultura jovem.

Mais do que nunca, as fotografias de moda deixaram de servir apenas para ditar tendências e formas, passando a reconhecer sua posição como veículos para expressar atitudes culturais. Sejam autênticas ou encenadas, o tema do instantâneo e do álbum de família, bem como a imagem cinematográfica, indicam que essas ficções da moda não estão mais confinadas

aos códigos comerciais das revistas. Pelo contrário, elas têm implicações sociais, psicológicas e culturais que transcendem o mundo da moda.

Com o grande aumento na produção e distribuição de fotografias com a tecnologia digital nota-se, também, uma banalização da imagem fotográfica que, conseqüentemente, provoca uma redução da importância da “emoção” nas imagens apresentadas em fluxo do meio digital. Acredita-se que a rapidez pela qual as imagens são visualizadas e substituídas, diminuem a nossa capacidade de fruição e reflexão perante a fotografia. Apesar da grande variedade de estilos inovadores e a notável melhoria da qualidade da fotografia com a tecnologia digital, existe uma predominância de fotografias alienadas, sem estilo, sem técnica, que precisariam passar por um processo crítico de construção de imagem.

A fotografia analógica mantinha um custo elevado com a utilização de filmes e processamento químico. Por isso era também, pouco inclusiva e de acesso mais restrito, haja que o tempo para produção, processamento e distribuição das imagens era bem longo em relação à tecnologia digital, que atualmente, fotografar ficou mais barato. É fato que grande parcela dos indivíduos possui um celular com câmera fotográfica e acesso à internet, vários recursos de edição de imagens. Ou seja, temos a possibilidade de fotografar, editar e publicar imagens instantaneamente, em plataformas digitais, em velocidade e volume nunca vistos anteriormente.

Apesar da grande democratização da fotografia com sua nova base eletrônica, esse volume provoca uma inflação imagética, com fotografias sem qualidade, sem sentido, produzidas e publicadas aleatoriamente aos bilhões que acabam por banalizar a imagem. Em contrapartida, esse volume também contribui para uma evolução da fotografia como linguagem. O aumento considerável de pessoas fotografando, acelera o uso da fotografia nos meios de comunicação e na vida cotidiana, fazendo sua presença cada vez mais constante e influente em nossa sociedade. Com o aumento da concorrência, os fotógrafos veem a necessidade de se destacar desenvolvendo estilos, acompanhando tendências e inovações, se atualizando sempre.

A fotografia digital requer um acompanhamento tecnológico com sua constante evolução, e a troca frequente de equipamentos, computadores e periféricos. Enquanto uma câmera fotográfica analógica poderia ser usada por aproximadamente 30 anos, atualmente, uma câmera digital profissional pode ficar obsoleta em 5 anos.

A fotografia de moda se situa entre a arte e a publicidade - em um limiar que enfatiza fatores que são mais abstratos, relacionados a uma reflexão conceitual da imagem. O elemento emoção tem grande importância na carga altamente narrativa que as imagens trazem. Existe algo mais na fotografia que vai além da técnica, que é a propriedade da imagem fotográfica

trazer uma carga crítica em seu discurso.

2.6 Relação da técnica fotográfica analógica com a sazonalidade

A relação entre a técnica fotográfica analógica e a sazonalidade na fotografia de moda é um aspecto interessante a ser considerado. Antes da era digital, a maioria das imagens de moda era fotografada usando câmeras analógicas, o que implicava processos físicos de revelação e impressão das imagens.

A sazonalidade é um elemento fundamental na indústria da moda, uma vez que as coleções e tendências são lançadas sazonalmente, seguindo as estações do ano. As fotografias de moda, por sua vez, são utilizadas para promover e representar essas coleções, criando uma conexão entre as roupas e a atmosfera adequada para cada estação. No contexto da técnica fotográfica analógica, a sazonalidade era levada em consideração durante o planejamento das sessões fotográficas. As roupas e acessórios a serem fotografados eram cuidadosamente selecionados de acordo com a estação em que seriam lançados. As cores, texturas e cenários eram escolhidos para transmitir a sensação e o clima adequados à temporada específica.

Anteriormente, a sazonalidade se resumia em duas estações: verão e inverno, posteriormente, acrescentaram-se o outono e a primavera, aumentando também a produção de moda. A sazonalidade da moda influenciava diretamente o momento das sessões de fotos e o lançamento das campanhas. As marcas e designers buscavam capturar imagens que refletissem o estilo e a atmosfera de cada estação específica, alinhando a comunicação visual com a temporada das coleções. Esse ritmo mais pausado também estava presente na indústria da moda, lançadas sazonalmente, com novas peças apresentadas a cada estação. Assim, a técnica analógica da fotografia e a sazonalidade da moda compartilhavam uma espécie de cadência lenta e deliberada.

A técnica analógica também influenciava o processo de edição e reprodução das imagens. Os fotógrafos dependiam de laboratórios de revelação para obter as cópias impressas das fotografias, o que muitas vezes demandava tempo. Isso implicava planejar as sessões fotográficas para que as imagens fossem processadas e impressas a tempo de serem distribuídas antes do início da estação ou da coleção.

A fotografia analógica também trazia uma limitação física no número de exposições disponíveis em um rolo de filme. Os fotógrafos tinham um número restrito de fotos que podiam tirar antes de trocar o rolo, o que interrompia a sessão de fotos e ocupava tempo, requerendo uma maior precisão e cuidado durante as sessões. Isso significava que as fotos deveriam que

ser bem planejadas e pensadas, pois não havia a possibilidade de visualização imediata e ajustes instantâneos, como acontece na fotografia digital. Todo o processo era mais lento e exigia maior conhecimento técnico do fotógrafo, que também tinha mais autonomia da realização do trabalho. Os procedimentos de pós-produção eram tecnicamente complicados de realizar. Essa relação entre a técnica analógica e a sazonalidade na fotografia de moda contribuía para um processo mais cuidadoso e deliberado na criação das imagens. A necessidade de planejamento antecipado e o tempo requerido para o processamento e impressão das fotografias adicionavam uma dimensão temporal ao trabalho fotográfico, tornando-o mais conectado com o ritmo das estações e o lançamento das coleções de moda.

3 UMA ABORDAGEM HISTÓRICA DA FOTOGRAFIA DE MODA NO CONTEXTO DE BASE QUÍMICA

O retrato, desde o início da fotografia, desempenhou um papel fundamental na construção da linguagem visual da moda. Através da pose, da expressão facial, da iluminação e da composição, o retrato de moda cria uma narrativa que vai além da superficialidade da imagem. É propriedade da imagem fotográfica trazer uma carga crítica em seu discurso, Roland Barthes afirma no livro *A Câmera Clara* (1984) que há algo na imagem que não é apenas de ordem técnica e da ordem do visível, apresentando seu conceito de *punctum*. O termo *punctum* refere-se a um detalhe específico em uma fotografia que impacta o observador de maneira singular, desencadeando uma reação emocional única e, por vezes, inexplicável. O *punctum* não é algo objetivamente identificável ou mensurável, pelo contrário, é algo que ressoa de forma individual com o espectador, estabelecendo uma conexão pessoal e emotiva. Trata-se de um elemento disruptivo que escapa às categorias convencionais de interpretação.

O *punctum* pode se manifestar de diversas maneiras, seja como um detalhe específico na composição, uma expressão facial, um objeto presente na imagem, entre outros. Sua importância reside no fato de que não pode ser universalmente explicado ou compartilhado, pois sua ressonância é única para cada espectador. “*Punctum* é também picada, pequeno buraco, pequena mancha, pequeno corte - e também lance de dados. O *punctum* de uma foto é esse acaso que, nela, me punge (mas também me mortifica, me fere)” (Barthes, 1980, p. 46).

Para Roland Barthes (1980, p. 47), o *studium* “é uma espécie de interesse humano, a aplicação a uma coisa, o gosto por alguém, uma espécie de investimento geral, ardoroso, mas sem acuidade particular”. O *studium* “é o campo muito vasto do desejo indolente, do interesse diversificado, do gosto inconsequente: gosto / não gosto, I like / I don’t... um meio querer, um interesse vago, uniforme, irresponsável, que temos por pessoas, espetáculos, roupas, livros que consideramos distintos”. Roland Barthes considera que reconhecer o *studium* é encontrar as intenções do fotógrafo, aprová-las, desaprová-las, compreendê-las, entrar em harmonia com elas. É uma espécie de educação que permite encontrar o operador, o fotógrafo, vivenciando fundamentos e intenções que animam suas práticas.

Em seu livro *O Espectador Emancipado* (2012), Jacques Rancière discute a relação entre espectador e imagem no contexto da arte contemporânea. No capítulo A Imagem Pensativa, o autor se debruça sobre a noção de imagem pensativa, desafiando a ideia de que as imagens são meros objetos passivos que transmitem mensagens predefinidas. Jacques Rancière argumenta que a imagem pensativa não se limita a ilustrar um conceito ou transmitir uma

mensagem, mas provoca o espectador a pensar, a questionar e a formular seus próprios significados.

Para o autor, o espectador não é um ser passivo que recebe a mensagem da imagem de forma acrítica. Ele é um agente ativo que participa da construção do significado da obra. A imagem pensativa exige do espectador um trabalho de interpretação, uma mobilização de sua inteligência e sensibilidade. A experiência com a imagem pensativa contribui para a emancipação do espectador. Em vez de ser um mero receptor de mensagens, o espectador se torna um participante ativo na construção do significado da obra.

É importante salientar o caráter não intuitivo da expressão imagem pensativa, posto que não se acredita existir em uma imagem a faculdade do pensamento, mas que esta tem a intenção de nos fazer pensar. “A imagem pensativa, então, é uma imagem que encerra pensamento não pensado, mas sim à intenção de quem a cria e que produz efeito sobre quem a vê, sem que este a ligue a um objeto determinado” (Rancière, 2012, p.103).

Em *Pequena História da Fotografia* (2012), Walter Benjamin tece uma narrativa sobre a evolução da fotografia, entrelaçando-a com reflexões sobre a arte, a técnica e a cultura. Três conceitos se destacam nessa análise: retrato, alegoria e aura. Para Walter Benjamin, o retrato fotográfico transcende a mera reprodução da imagem. Ele captura um momento único e irrepitível do indivíduo, revelando sua aura, ou seja, a essência intangível que o envolve. O retrato fotográfico, portanto, não se limita à aparência física, mas busca captar a essência do retratado.

Salienta-se que a alegoria é um elemento fundamental na fotografia, especialmente nos primórdios da técnica. As primeiras fotografias eram frequentemente alegóricas, utilizando símbolos e metáforas para transmitir mensagens complexas. Essa característica se manifestava na escolha de poses, cenários e objetos, criando uma narrativa visual rica em significado.

A aura é um conceito central na obra de Walter Benjamin. Refere-se à unicidade e à autenticidade de uma obra de arte, que se manifesta em sua presença física e insubstituível. No contexto da fotografia, a aura se relaciona com a capacidade da imagem de capturar um momento irrepitível e transportar o espectador para o passado.

3.1 Limiar & imagem: retomando as análises de Antônio Fatorelli

Esta apresentação se situa na fronteira entre a cultura analógica e a cultura digital, explorando elementos singulares em trânsito, propensos a delinear novas formas de experiências. Em meio a esse cenário instável e transitório, buscamos compreender as imagens

para além de suas propriedades formais ou enunciados específicos, capturando o estado latente e incorpóreo das transformações culturais em curso.

A fotografia, concebida como um modelo para a relação inaugural entre o homem e o maquínico, coloca em perspectiva os valores historicamente atribuídos ao gesto e à manufatura na criação artística. Isso, de certa forma, questiona as noções tradicionais de obra de arte e humanismo, ancoradas no gesto único e criativo do artista artesão.

A condição atual evoca, em muitos aspectos, os desafios enfrentados durante a emergência da imagem fotomecânica. Surgem temores renovados e discursos saudosistas, agora confrontando as práticas digitais, enquanto se questiona se as novas tecnologias virtuais estão diminuindo a expressividade do gesto criativo - a ação físico motora do artista, a materialidade do suporte e a transformação da matéria ao longo do tempo.

Paralelamente, surgem questionamentos sobre o estatuto da realidade, estabelecendo comparações inevitáveis com o século XIX. Indaga-se se a nova condição da imagem é mais ou menos fiel ao modelo anteriormente concebido como critério de realidade, sob uma perspectiva francamente positivista.

Em meio a essas reflexões, percebemos mudanças profundas na prática profissional, indicando a emergência de um novo sujeito capaz de atender a novas demandas. As vanguardas do passado expandiram o universo da linguagem visual, promovendo uma relação dinâmica e produtiva entre fotógrafos, artistas visuais, intelectuais, pesquisadores e produtores culturais.

No entanto, a produção fotográfica recente introduz variáveis inéditas relacionadas à cultura digital e às questões contemporâneas sobre a condição da imagem nas sociedades de massa e da cultura do espetáculo. Surgem características singulares nessa experiência, irreduzíveis a simples afinidades técnicas ou subjetivas.

A sensibilidade contemporânea confere originalidade à produção atual, destacando características distintas e uma atmosfera única que redefine o significado dos procedimentos técnicos, mesmo aqueles historicamente utilizados em conjunturas passadas. A relação do observador com a imagem também está sujeita a essas circunstâncias, onde ações triviais, como visualizar uma imagem ou segurar uma câmera ao caminhar pela cidade, adquirem relevâncias diferenciadas.

Nossa sociedade da informação está moldando uma cultura marcada pela proliferação de dimensões virtuais, como redes telemáticas e hipertexto. A expansão desses domínios em diversas áreas da vida social continua a redefinir radicalmente a noção de experiência, abrangendo desde atividades econômicas até lazer, comunicação, gestão dos corpos, medicina e esporte.

A recepção da fotografia entre os artistas e o público esteve associada, desde o seu advento, a noção de objetividade e à função documental, sempre supondo a existência de um espaço extensivo, habitualmente nomeado de real, e a presença de corpos sólidos arbitrariamente distribuídos na profundidade deste espaço. Por sua vez, a imagem fotográfica, considerada como um duplicado óptico químico, encontra-se estritamente associada a este modelo de real, de matriz cartesiana e positivista, que especifica as figuras de um espaço físico homogêneo e de um tempo cronológico instantâneo. Esta operação espaço-temporal, fundadora da experiência moderna, determinou também o modo pelo qual a fotografia foi socialmente investida. Afinal, o modelo e cópia compartilham da mesma matriz e se justificam mutuamente, legitimando, cada qual em sua medida, a existência do outro.

Está implícita, ainda, nesse modelo, a suposição de unidades de medida estáveis e mensuráveis, que permitem a quantificação do espaço e a contagem do tempo segundo procedimentos lineares e sucessivos. Trata-se sempre, nesses casos de um espaço finito e de um tempo regular, formulados de modo a que se possa aferir, de forma contundente e irrevogável, a existência de uma realidade aqui e agora. A imagem fotográfica decorrente da projeção luminosa deste fragmento ou porção do real, nomeado de referente, exhibe as propriedades reflexivas e derivadas do duplo - encontra-se pontualmente associada ao modelo e representa um momento único da sua existência.

3.2 Fotografia & singularidade

No início do século XX, a fotografia estava em pleno desenvolvimento e começava a se estabelecer como uma forma de arte e documentação importante. Muitos fotógrafos se dedicaram à retratação de pessoas e à produção de retratos. Walter Benjamin (1994, p. 170) define a aura como a “aparência única de um ser à distância, por mais próximo que esteja”. No caso do retrato, a aura se manifesta na presença singular do retratado, naquilo que o torna único e irrepetível. Para Walter Benjamin, a aura do retrato está intimamente ligada à sua autenticidade, ou seja, à sua relação com o momento específico em que foi capturado.

Com o advento da fotografia, Walter Benjamin observa um processo de desmistificação da aura do retrato. A reprodução em massa e a manipulação da imagem contribuem para a perda da unicidade e da autenticidade que caracterizavam o retrato tradicional. Com o avanço da fotografia digital, as questões levantadas por Walter Benjamin sobre o retrato ganham novos contornos.

A facilidade de manipulação e compartilhamento de imagens digitais coloca em xeque

a autenticidade e a unicidade do retrato tradicional. A técnica da fotografia está em constante evolução, impulsionada por avanços tecnológicos, inovações e novas formas de expressão artística. A popularização dos smartphones democratizou a fotografia, permitindo que qualquer pessoa capture imagens de alta qualidade com facilidade. A tecnologia digital tornou a fotografia mais acessível a todos, independentemente de seu nível de expertise ou orçamento.

No livro *Paisagens Urbanas* (1996), Nelson Brissac Peixoto apresenta uma discussão sobre o gesto. Os gestos, assim como os rostos e as paisagens, pertencem à ordem do invisível. Um gesto não pode ser transformado em uma coisa; ele é inapreensível. Para destacar o gesto, pintores e cineastas o isolam no espaço e no tempo. É retratado um tempo absoluto, uma plenitude determinada apenas pela amplitude, sem grandiloquência. Quando isolado, o gesto revela uma energia que não pode ser medida.

Nesse contexto, ele não expressa nada, ele encarna uma emoção em vez de representá-la. Não indica nem direciona, não verbaliza pensamentos ou sentimentos. O gesto é a manifestação mais corpórea possível do indefinido, a marca visível do que não está em destaque, do que não pode ser imediatamente compreendido.

Devido à sua evidente força, Roland Barthes considera a fotografia superficial, pois não permite ser penetrada em sua essência. Daí surge o dilema dos retratos: buscamos encontrar integralmente, na imagem, aquele que ali está representado. No caso dos rostos, a superficialidade da fotografia é ainda mais angustiante: “ela só pode nos satisfazer por algo indizível, o ar” (Barthes, 1980, p. 159). É a atmosfera que emana do semblante, a expressão que transparece. Pode ser uma tristeza sutil que o envolve, ou um estado de graça que o ilumina. Um certo clima que preenche a figura, dominando todo o quadro. Algo que, apesar de sua sutileza, está contido ali. Aqui reside o mistério do retrato.

O olhar de um rosto é uma evidência, revela-se por completo como uma aparição. Não pode ser desmontado, não é uma forma esquemática como uma silhueta. “O ar é essa coisa exorbitante que conecta o corpo à alma” (Barthes, 1980, p. 159).

Desde o século XVII, o estudo das paixões explorava o “ar da fisionomia”, destacando os olhos como a janela pela qual se pode perceber a atividade da alma. É como se o mesmo impacto provocado pela súbita revelação de algo antes inapreensível pudesse ser experimentado com a fotografia, ao nos depararmos com um retrato envolto nesse misterioso clima. É uma iluminação abrupta, uma evidência na qual as palavras falham. É a Fotografia. Aquela em que não apenas a imagem se assemelha à pessoa, mas onde ela realmente está presente. Onde a semelhança cede lugar à presença.

O *close* na fotografia tem o poder de isolar detalhes, rostos e objetos de seu entorno,

forçando-nos a vê-los em sua totalidade e mistério, carregados de significados que muitas vezes escapam ao tecido do cotidiano. O quadro é incrivelmente preciso, mas serve para apontar o que não pode ser capturado: o irracional ou a manifestação do absoluto, do sagrado. É um olhar cada vez mais minucioso sobre o real, buscando destacar o que é essencial, porém sabendo que permanecerá sempre inacessível - o indescritível mistério contido nos rostos e objetos.

Os fotógrafos retratistas desse período influenciaram a fotografia de moda ao aplicar sua sensibilidade artística criando narrativas que possibilitam que a imagem devolva o seu olhar para o espectador e habilidades técnicas aos retratos de modelos e roupas.

3.3 Pictorialistas e a fotografia de moda

Fotógrafos de moda começaram a aplicar princípios de composição mais artísticos em seus trabalhos, tornando as imagens mais sofisticadas e esteticamente agradáveis. Os pictorialistas desempenharam um papel importante na promoção da fotografia como uma forma de arte legítima. Isso ajudou a elevar o status da fotografia como um meio de expressão artística, o que também beneficiou a fotografia de moda, que começou a ser considerada uma forma de arte em si, moldando a estética da moda e da fotografia ao longo do século XX.

Pictorialistas frequentemente experimentavam técnicas de impressão e processamento, como a goma bicromatada e a platina paládio, para criar efeitos visuais únicos em suas fotos. Essas técnicas artísticas também foram adotadas por alguns fotógrafos de moda para dar um toque artístico às suas imagens.

Eles, muitas vezes buscavam criar imagens suaves e atmosféricas, evitando detalhes nítidos. Essa abordagem influenciou alguns fotógrafos de moda a produzirem imagens mais etéreas e românticas, especialmente em fotografias de roupas e modelos em cenários naturais. Além disso, exploravam temas artísticos e poéticos em suas fotografias, e isso também pode ser visto em algumas campanhas de moda que buscavam contar histórias ou transmitir emoções por meio da imagem, indo além de simplesmente mostrar roupas.

Ao longo do período de vanguarda, a moda também começou a ser considerada uma forma de arte, e essa mudança de percepção ajudou a conectar ainda mais a arte de vanguarda à fotografia de moda. A moda passou a ser vista como uma forma de expressão criativa que podia ser capturada de maneira artística através da fotografia. Nesse intuito, as referências das pesquisas da Mônica Moura (2013), os estudos de Florence Muller (2000), assim como as afirmações de Bernd Lobach (1976) acerca das funções do objeto.

3.4 Fotógrafos de moda: breve recorte

Apresentamos alguns fotógrafos que se destacaram na fotografia de moda no século XX, acompanhando a mudança de tecnologia nesse período.

Alfred Stieglitz (1864-1946) foi um importante promotor da fotografia como forma de arte nos Estados Unidos. Também foi um fotógrafo talentoso, conhecido por seus retratos e paisagens urbanas. Stieglitz desempenhou um papel importante na promoção da fotografia de moda nos Estados Unidos. Ele organizou exposições de fotografia de moda e contribuiu para elevar o status da fotografia de moda como uma forma artística respeitável. Ele fundou a *Camera Club* de Nova York e a revista *Camera Work*, que foram vitais para a disseminação do movimento. Suas próprias fotografias pictorialistas frequentemente exploravam temas urbanos e retratos artísticos.

Edward Steichen (1879-1973) foi um dos primeiros fotógrafos de moda e retratos de renome internacional. Ele também foi curador de fotografia do Museu de Arte Moderna (MoMA) em Nova York e organizou exposições influentes. Steichen não apenas foi um retratista talentoso, mas também um dos primeiros fotógrafos de moda de renome internacional. Ele desempenhou um papel importante na promoção da fotografia de moda como uma forma de arte legítima e influenciou outros fotógrafos de moda de sua época.

Edward Weston (1886-1958): Um pioneiro da fotografia moderna, conhecido por seus retratos nus e *close-ups* de objetos do cotidiano. Ele ajudou a estabelecer a fotografia como uma forma de arte legítima. Embora não seja tão conhecido por sua fotografia de moda, Edward Weston experimentou com retratos e nus que tinham elementos de moda e estilo. Seu foco na forma e na textura pode ser visto em algumas de suas fotografias que apresentam roupas e acessórios de moda.

Man Ray (1890-1976) foi um artista e fotógrafo surrealista cujo trabalho incluiu retratos de várias personalidades da época, como Salvador Dalí, Pablo Picasso e Jean Cocteau. Ele também era conhecido por suas experimentações com técnicas fotográficas. Embora fosse mais conhecido por sua associação com o movimento surrealista e suas obras de arte experimental, Ray também contribuiu para a fotografia de moda. Ele trabalhou para revistas de moda e sua abordagem única e inovadora influenciou a estética da moda da época.

Clarence Sinclair Bull (1896-1979) foi um fotógrafo americano famoso por seus retratos pictorialistas das estrelas de cinema de Hollywood durante a era dourada do cinema. Seu trabalho contribuiu para a promoção da estética pictorialista em retratos de celebridades.

Irving Penn (1917-2009) foi um dos fotógrafos de moda e retratos mais influentes do

século XX. Suas fotografias são conhecidas por sua simplicidade e elegância, muitas vezes usando fundos neutros e iluminação suave para destacar seus assuntos. Penn é um exemplo notável de fotógrafo retratista que também se destacou na fotografia de moda. Sua abordagem elegante e minimalista aos retratos também se refletiu em seus trabalhos de moda. Ele é conhecido por suas fotografias icônicas de moda publicadas na revista Vogue, nas quais frequentemente aplicava o mesmo senso de composição e estética que usava em seus retratos.

3.5 Análise estilística

A fotografia de moda e as revistas de moda tiveram o início de suas histórias, diretamente ligados. Aproximadamente, em 1880, as revistas de moda substituíram as ilustrações por fotografias, a partir do avanço tecnológico que permitiu a reprodução das fotografias sem perda de qualidade, na primeira década do século XX sendo um dos seus precursores, o Barão Adolf de Mayer.

O Barão Adolf de Meyer (1868-1946) foi um fotógrafo francês conhecido por seus retratos de celebridades e mulheres da sociedade no começo do século XX. É célebre por seu estilo, considerado hoje, bem como em sua época, como elegante, marcando o início da presença de fotografias em revistas por volta da primeira década do século XX, tendo sido o primeiro fotógrafo da Vogue norte-americana, em 1913, e inspirado a fotografia de moda subsequente. Suas características incluíam o uso de retro iluminação e lente de foco suave, as poses das modelos eram bastante estáticas e clássicas devido também às limitações dos grandes equipamentos fotográficos e à baixa sensibilidade dos materiais fotossensíveis utilizados no período. Barão Adolph de Meyer retrava a mulher de forma romântica de acordo com a linguagem pictorialista.

Nesse período surgem também as primeiras modelos profissionais que vão substituir a apresentação por mulheres da alta sociedade exibindo suas roupas e joias. A figura feminina representa uma sociedade burguesa e masculina. A mulher é um “elegante cabide”. Composição das imagens seguindo o padrão da arte clássica, perspectiva real, postura da modelo usada para induzir sensações no espectador. A fotografia de moda começa a criar a sua própria identidade.

- **Barão Adolf de Meyer**

O Barão Adolf de Meyer afastou-se da utilização da fotografia apenas como documentação da roupa e aproximou a moda e a arte, a pesquisa pura e a indústria cultural, num

estilo fortemente influenciado pela teatralidade. Apropriando-se do *flo*, uma técnica muito difundida entre os pictorialistas, De Meyer criou uma atmosfera onírica e rarefeita, a partir da utilização de uma lente especial, a *PinkertonSmith*. Em outros momentos, o efeito era alcançado de modo mais artesanal, ao colocar uma fina gaze de seda diante da lente da câmera. No seu imaginário, mulheres da alta sociedade de Londres trajavam toaletes de seda e gaze fina em cenários com naturezas-mortas e vasos de cristais com água. Toda a ambientação logo permitiu a entrada em cena de outra invenção de De Meyer para o sistema da moda: a pose da modelo - mãos sobre os quadris e o corpo levemente inclinado para trás. Isso influenciaria não somente os fotógrafos e os desfiles posteriores, como delimitaria a própria noção de fotografia de moda, ao retratar personagens se distanciando de mulheres da vida real. Com uma luz frontal e uma contraluz, a iluminação - que sempre teve um papel de importância na fotografia de moda - realçava o lirismo aristocrático e romântico da encenação.

Figura 38 - Mãe Murray, Adolf de Meyer, Foto PB, *Vogue*, Setembro 1920



Fonte: <https://www.wikiart.org/pt/adolf-de-meyer>.

Nota: Composição com destaque para a modelo no centro da imagem em poses estáticas, mas inovadoras para a época; Ambientação romântica e aristocrática com flores e véus; Iluminação difusa e contraluz destacando a transparência dos tecidos.

- **Edward Steichen**

Edward Steichen (1879-1973) trabalhou como artista, fotógrafo, curador e escritor, destacou-se no campo da moda e do retrato, é uma importante personalidade na história da

fotografia. Em 1902, fundou a *Photo-Secession* em Nova York, em parceria com Alfred Stieglitz. Durante a existência da revista *Camera Work*, Steichen foi o artista com mais publicações. Steichen e Paul Poiret, criaram juntos o que muitos estudiosos reconhecem como o primeiro editorial fotográfico de moda, o ensaio realizado em Paris em 1911 para a Revista *Art et Décoration* marcou um diálogo entre as duas formas de arte.

Foi Pictorialista no início da carreira usando alguns recursos para produzir efeitos na fotografia como lentes banhadas em glicerina, goma bicromatada e o uso do tripé em imagens em movimento, Steichen demonstrou habilidade em transitar do desfoque à nitidez, em uma amplitude capaz de dialogar com a fluidez dos tecidos e a estrutura rígida das peças de alfaiataria, características fundamentais do fazer da moda.

Figura 39 - Edward Steichen, Fotografia PB, 1911, Revista *Art et Décoration*, Paris



Fonte: <https://www.vintagepri.com.br/2015/05/o-primeiro-ensaio-fotografico-de-moda.html>.

O pesado equipamento de grande formato usado por Steichen e o material fotográfico de baixa sensibilidade da época limitavam as possibilidades do fotógrafo e da linguagem fotográfica. Conseqüentemente as imagens eram mais posadas e estáticas.

As fotografias de moda da geração de fotógrafos que iniciaram suas atividades no final da década de 1940 tinham como principal objetivo descrever as roupas conforme apresentadas pela modelo. Similar a uma natureza morta, as vestimentas e as mulheres eram dispostas artisticamente, com uma meticolosa atenção voltada para a singularidade, originalidade ou detalhes de cada peça.

Fotos em ambiente interno com iluminação artificial, imagens mais limpas e composições marcadas por um apurado senso estético.

Figura 40 - Edward Steichen



Fonte: <https://luxembourgoofficial.com/edwardsteichen/>.

Outros movimentos abstratos como o cubismo influenciaram Steichen que reivindicava a fotografia como legítima forma de arte. Em parceria com Alfred Stieglitz provocaram uma revolução estética na fotografia que defendiam ser um meio de expressão e interpretação e não somente, um instrumento de registro documental.

- **Irving Pen**

As fotografias de Irving Penn (1917-2009) e de outros talentosos fotógrafos de moda daquela era refletem um sistema de valores correspondente ao período. Seu trabalho retrata membros idealizados de uma classe social superior, destacando-se pela boa educação e refinamento. Nestas imagens, o poder do privilégio é retratado como absoluto, assim como os padrões nítidos e elegantes de beleza que estão integrados a ele. Penn, em particular, desempenhou essa tarefa de maneira brilhante e com notável inteligência. Criador de uma beleza elegante e simples, mas construída com um rígido formalismo e uma sensibilidade incomum.

Irving Penn optou, desde o princípio, por suprimir os elaborados cenários, usando fundos simples e explorando diferentes poses, ou seja: conscientemente optando pelo essencial,

o que foi suficiente para um percurso no qual desenvolveu verdadeiras obras-primas. Embora seu cultivo da pose remeta à foto de moda das décadas de 20 e 30, seu minimalismo e despojamento inserem-no claramente na contemporaneidade que ele mesmo ajudou a criar. As imagens de Penn são de grande simplicidade e expressividade, de notável concentração nos modelos ou acessórios fotografados. Seu equipamento mudou inúmeras vezes; tecnicamente, tornou-se um virtuoso, utilizando diferentes câmeras para diferentes trabalhos conforme suas necessidades estéticas.

Figura 41 - Garota com tabaco na ponta da língua (Mary Jane Russell), fotografia de Irving Penn, Nova York, 1951 © Condé Nast



Fonte: <https://www.maxima.pt/actual/detalhe/irving-penn-em-exposicao-em-paris>.

As imagens de Penn são de grande simplicidade, expressividade, minimalismo e despojamento.

O fotógrafo privilegia o aspecto formalista num rigoroso exercício formal de linhas, volumes, silhuetas e valores cromático tonais e de notável concentração nos modelos ou acessórios fotografados. A geometria do longo chapéu traça uma linha diagonal com o vestido, que revela, na parte inferior, um pequeno laço, contrastante com o corpo que se destaca do fundo da parede branca como uma figuração.

Penn inovou ao perceber, com a chegada do democrático prêt-à-porter às ruas, que no gesto ínfimo e banal de retirar as sobras do tabaco da ponta da língua se inscrevia a ideia de uma fotografia como comportamento.

Figura 42 - Irving Penn, Foto PB, *Vogue*, 1950



Fonte: <https://www.thecollector.com/irving-penn-american-fashion-photographer/>.

Irving Penn soube decifrar o clima laico e mundano do pós-guerra, recusando a importância nominal e temática da fotografia e privilegiando o aspecto formalista. Fortemente marcado pela pintura, traduziu a capacidade dos pintores em organizar espacialmente uma imagem. Sua identidade pictórica, realçada pelo refinado estilo gráfico, apoia-se, num rigoroso exercício formal de linhas, volumes, silhuetas e valores cromático tonais que destacam o espírito nacionalizante da perspectiva renascentista. Nas imagens de Penn, o tema é estrangido no esquema estilístico, mais evocado do que representado. Tais escolhas conscientes refletem um desejo de fuga da caducidade do mundo, do transitório, numa explícita provocação: a sensação de atemporalidade transmitida pelas imagens de Penn contradiz a própria temporalidade do efêmero que faz justiça à lógica da moda.

- **Helmut Newton (1920-2004)**

O trabalho de Helmut Newton documenta o papel da mulher, a sua mudança na sociedade ocidental contemporânea. Delicado/cuidadoso/sofisticado, usava o fetiche como força nas fotografias femininas sabendo posicionar a mulher como sexo forte e mostrar sua beleza nas mais variadas formas. Buscava cenas inusitadas sem ser ingênuo, tinha técnica e estética apuradíssimas. Foi a partir das suas fotos de moda, nos anos 60, que a fotografia de moda tomou um novo rumo. A sua elegância ao tratar temas sexuais com adereços polêmicos

e instigantes, é até hoje referência para as grandes marcas, misturava mulheres incomuns às cenas corriqueiras da vida e com ironia transformou a fotografia de moda.

Figura 43 - Helmut Newton, Fotografia PB, *Vogue* França, 1979



Fonte: <https://www.mutualart.com/Artwork/Woman-Into-Man/B9F145D8A933AB70F9586A96AA2B92AE>.

Nota: Fotografia analógica PB, imagem contrastada, em plano geral com objetiva grande-angular; ambientes sofisticados belas e elegantes modelos; explora as linhas na arquitetura. Androginia e sensualidade chique.

Figura 44 - Helmut Newton, Foto PB, *Vogue* Itália (1996)



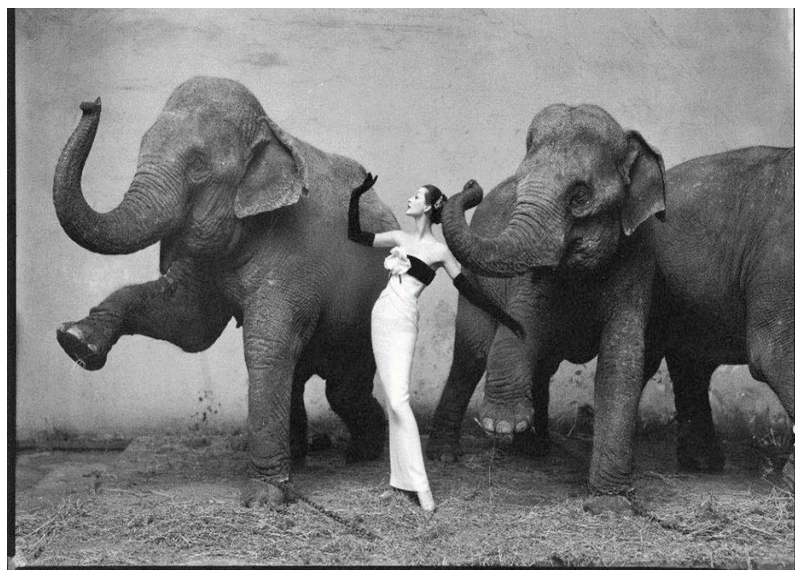
Fonte: <https://www.mutualart.com/Artwork/Le-dernier-style--Vogue--Italie-/44210745152ED76ED28BE964E4B0270E>.

Nota: Contraste na imagem preto e branco; ousadia e sensualidade nos cortes da roupa; profundidade campo pequena e fundo desfocado; técnica e composição apuradas.

O estilo de Helmut Newton é provocativo e ousado, com uma abordagem que misturava erotismo e glamour, suas fotografias desafiavam as convenções sociais e estéticas da época, muitas vezes com temas de poder e sexualidade. As modelos eram fotografadas com roupas elegantes e em cenários luxuosos. Suas imagens exploravam as linhas arquitetônicas e formas geométricas. Trabalhou muito com o preto e branco, muitas vezes com imagens contrastadas, devido ao processamento *puxado* na revelação dos filmes, técnica também empregada quando fotografava com filmes coloridos. Fotografava com câmeras de formato médio e objetivas de alta qualidade.

- **Richard Avedon (1923- 2004)**

Figura 45 - Dovima com elefantes, vestido de noite Dior, Cirque d'Hiver, Paris, agosto de 1955 - Richard Avedon© The Richard Avedon Foundation



Fonte: <https://rosangelafigalho.wordpress.com/os-melhores-fotografos-de-todos-os-tempos/richard-avedon/>.

Nota: Fotografia preto e branco analógica de grande formato; iluminação natural difusa e rigor técnico no processamento. Avedon ao colocar a modelo clássica e delicada performatizando junto aos enormes elefantes mostra originalidade e explora a ação e o movimento.

As fotografias que Avedon tirava eram muito inovadoras. Esta famosa sessão fotográfica da Harper's Bazaar é estrelada pela supermodelo dos anos 50 Dovima (nascida Dorothy Virginia Margaret Juba) posando casualmente com alguns elefantes. Torna-se uma figura imponente e sedutora.

Ao colocar a pessoa no primeiro plano e privilegiar o realismo, a expressão, a espontaneidade e o movimento, o fotógrafo Richard Avedon humanizou a fotografia de moda, explorando a capacidade da fotografia de sugerir a personalidade dos modelos representando

os contrastes e transformações da sociedade.

Embora a fotografia de moda fosse sua principal atividade, as questões sociais também estiveram presentes no seu trabalho. Richard Avedon deixou o estúdio e levou sua câmera para as ruas, apostando em dinamismo e movimento, em vez de imagens estáticas, que dominavam as páginas das revistas da época. Ele fotografou modelos nas ruas, em casas noturnas, arenas de circo e em outros lugares exóticos até então incomuns. Criando imagens dinâmicas e emocionalmente intensas, capturou a essência do glamour e da moda com uma abordagem inovadora, fotografando modelos em cenas de ação, atuando e interpretando, mudando assim a linguagem da fotografia de moda da época e influenciando gerações de fotógrafos, seu estilo inconfundível praticamente introduziu o movimento à fotografia de moda.

Os modelos se movimentam, fotos construídas cuidadosamente, com grande produção envolvendo modelos famosas, locações externas, roupas acessórias, *make-up*. A fotografia de moda passa a representar cada vez mais, a ideia de atitude e comportamento, em vez de apenas, retratar as roupas.

Figura 46 - Richard Avedon - © The Richard Avedon Foundation



Fonte: https://www.rollingstone.com/music/music-pictures/richard-avedon-photos-beatles-bob-dylan-marilyn-monroe-1234746677/avedo_1955-louis_armstrong_musiciannewport_jazz/.

O uso da objetiva grande-angular aumenta a distância dos planos dando destaque aos modelos. Valorização do gesto com o movimento elegante dos modelos. Fotografia em ambiente externo com luz natural difusa.

Richard Avedon, de uma forma geral, reflete a realidade do ser humano destituída de noções espaçotemporais. As pessoas são o centro de todo o seu trabalho e, quase sempre, não

são só o centro, mas são também o único elemento da imagem. Por isso, Avedon concentra-se nelas e tenta retirar delas aquilo que elas transmitem, na sua forma mais pura. as fotografias de Avedon apresentam um fundo simples, normalmente um cenário branco ou cinzento, com a imagem de uma pessoa em primeiro plano. Esse dualismo do complexo sobre o simples torna as imagens de Avedon mais interessantes e valoriza a concentração na personagem. A luz intensa, e, contudo, dispersa que utiliza nos seus retratos torna os contrastes e o detalhe muito fortes, e isso faz com que sejam visíveis todos os tons de cinzento, branco e preto que a foto pode oferecer.

Richard Avedon foi responsável pela antecipação da *narrative art* dos anos 70, ao criar a ideia de micro históricas nos editoriais de moda.

Nesse período, as câmeras de formato médio como a Hasselblad e a Rolleyflex trouxeram mais agilidade para os fotógrafos por serem mais leves e trabalharem com filmes de rolos possibilitando mais rapidez e versatilidade, a evolução tecnológica trouxe também objetivas mais luminosas e filmes de maior sensibilidade favorecendo o registro de imagens em movimento.

Figura 47 - Richard Avedon - 2008



Fonte: <https://www.amazon.com.br/Performance-Ediz-illustrata-Richard-Avedon/dp/8841851848>.

- **Peter Lindbergh (1944-2019)**

Peter Lindbergh fotografava em preto e branco no universo da moda. Peter foi o único fotógrafo a ser convidado para fotografar o calendário Pirelli três vezes: em 1996, 2002 e em 2017. Foi ele quem teve a ideia de escolher atrizes e não modelos para estrelarem o calendário. Considerado pioneiro na sua arte, soube redefinir a fotografia de moda contemporânea e seus padrões de beleza, enaltecendo as mulheres de todas as idades. No final dos anos 1980, na era das supermodelos ele se tornaria mundialmente conhecido por retratar modelos como personagens fortes, fotografadas muitas vezes em poses casuais, sem maquiagem pesada e adornos excessivos nos cabelos, contrariando totalmente o padrão da época, que dava preferência para cabelos superproduzidos e poses artificiais. Lindbergh ainda se destacou por sua aversão a retocar fotografias digitalmente e por seu desejo de mostrar o corpo humano com todas as suas imperfeições. Ele inclusive fazia as publicações de moda assinarem contratos se comprometendo a não alterar as fotografias. Já imerso na tecnologia digital, ele criticava o novo hábito de fotografar com a câmera ligada ao computador através de um cabo.

Figura 48 - Peter Lindenberg - Capa da *Vogue* (1990)



Fonte: <https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2016/05/peter-lindbergh-foi-escolhido-para-clicar-proxima-edicao-do-calendario-pirelli.html>.

Nota: Fotografia analógica preto e branco; ambiente externo; iluminação difusa e profundidade de campo pequena nas 5 modelos desfocando o fundo; maquiagem suave e naturalidade nas expressões e poses das modelos; composição com as modelos em plano americano; pouco tratamento com programas de edição.

Diferentemente da proposição da edição da capa da revista *Vogue* dos anos de 1990, a

remontagem temporal da imagem, apresentou rostos extremamente sintetizados. A edição contemporânea foi proposta pelo editor britânico Edward Enniful e foi fotografada pelo fotógrafo brasileiro Rafael Pavarotti. Chamamos atenção o retoque excessivo das imagens em contraposição à elaboração de Peter Lindenberg.

Figura 49 - Fotografia Digital Colorida - Edward Enniful - Capa da *Vogue* (2023)



Fonte: <https://observador.pt/2023/08/11/as-supermodelos-originais-nova-capa-da-vogue-britanica-junta-linda-evangelista-cindy-crawford-naomi-campbell-e-christy-turlington/>.

Nota: Iluminação de estúdio projetando sombras no fundo infinito; plano geral com as três modelos em pé e uma sentada no piso; maquiagem mais carregada, poses estáticas; muito tratamento em programas de edição.

Figura 50 - Peter Lindenberg no set com Charlize Teron



Fonte: <https://www.luxuo.com/culture/culture-featured/peter-lindberghs-legacy-in-photographs-and-photography.html>.

3.6 Desglamourização da moda: expressão e submissão das imagens

Na década de 60, a alta-costura perde lugar para o *Ready-to-wear* e a fotografia de moda passa a se interessar pelos grupos sociais urbanos e pela cultura jovem. A moda de rua ganha espaço em oposição às tendências vindas da elite e da alta-costura.

A partir de 1967 os jovens se rebelam contra um sistema político e depois em 1977 se revoltam contra o mundo da imagem. O desejo de uma nova forma de expressão leva alguns fotógrafos a procurar um novo estilo fotográfico e a quebra de vários paradigmas. Os conceitos de iluminação, composição, atitude do modelo, padrão de beleza, usados até aquele momento, são renegados. Os movimentos da vanguarda artística passam a influenciar a fotografia. O punk provoca uma revolução no comportamento e vestuário dos jovens subvertendo também a fotografia de moda.

Nos anos 80 surgem diversas publicações como a revista *i-D* que atendiam às demandas da cultura *underground*, ocupando um espaço que interessava revistas tradicionais como a *Vogue*. O fotógrafo de moda ganha status de celebridade passando a assinar grandes contratos com editoras. Alguns fotógrafos desse período: Guy Bourdin, Juergen Teller, David LaChapelle, Mario Sorrenti, Mário Testino. A questão da rebeldia como ato de resistência foi muito bem postulada por Bourdieu em “A juventude é apenas uma palavra” afirmando que por muito tempo os jovens foram afastados do poder de decisão e opinião.

- **Guy Bourdin**

O francês Guy Bourdin (1928-1991) retratou com maestria o limiar entre o sublime e o grotesco. Seus cliques dramáticos, fragmentários e intensos emanam sarcasmo, humor negro e tensão erótica. Karina Viega comenta que suas fotos são reconhecíveis à primeira vista pela presença de cores hiper saturadas adquiridas apenas por técnicas de iluminação (não havia artifícios como Photoshop na época) e também pelas poses inesperadas das modelos em composições cujo objetivo não era embelezar, mas sim perturbar e quebrar com os padrões de beleza convencionais adotados nas típicas campanhas comerciais de moda. Suas fotografias icônicas foram veiculadas por grandes revistas de moda, em 1955 publicou pela primeira vez na *Vogue* e assim continuou, encabeçado o time de fotógrafos dessa revista por mais de 30 anos, introduzindo pela primeira vez em editoriais de moda a ideia de apresentar uma história interna como motor de séries fotográficas.

Figura 51 - Guy Bourdin - *Vogue* francesa, maio, 1977



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

Figura 52 - Guy Bourdin



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

Figura 53 - Guy Bourdin - *Vogue* Paris, maio, 1970



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

- **David LaChapelle**

Estudou Belas Artes na North Carolina School of the Arts até se mudar para Nova Iorque onde estudou simultaneamente na Arts Student League e na School of Visual Arts. Já na Big Apple, LaChapelle conseguiu o seu primeiro trabalho profissional como fotógrafo da revista Interview, após conhecer seu fundador, Andy Warhol. Durante o final da década de 80 e na década de 90, LaChapelle começou a ser bastante reconhecido na cena nova-iorquina.

A Jornalista Karina Viega destaca que no trabalho de LaChapelle, o absurdo e o exagero de cores, formas, pessoas e situações é constante, ele cria um mundo estático onde tudo tem brilho e tudo o que compõe a imagem está a posar para e a servir a foto, criando testemunho de um mundo surreal, através de fotos supersaturadas, que misturam o glamour com uma fantasia cômica, de beleza e estranhamento. Guy Bourdin influenciou seu trabalho e suas imagens se aproximam deste fotógrafo na estética e na forma como a mulher é retratada, como um manequim estático e plastificado. A intenção é representar a visão criada pela fantasia masculina.

Influenciado pela linguagem do teatro, faz uso de planos geral e americano e da profundidade de campo, enquadrando as personagens de corpo inteiro, apresentando a cena de forma integral. Todas essas personagens têm algo de não humano, com seus corpos brilhantes, poses e figuras perfeitas, à semelhança das representações da antiga Grécia. As imagens de LaChapelle estão carregadas de humor, ironia e surrealismo.

Figura 54 - David laChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

Figura 55 - David LaChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

Segundo Karina, uma característica do trabalho de LaChapelle é a capacidade de provocar estranheza ao olhar, colocando pessoas em situações e atividades incomuns, seus personagens sempre se encontram deslocados no tempo e espaço.

Figura 56 - David LaChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

Referência ao surrealismo também é percebida nas cores saturadas e contrastantes contrapondo com cenas incomuns e personagens que parecem objetos estáticos, com peles “plastificadas”, corpos brilhantes e poses desestruturadas, porém dotados de glamour. A cor é talvez o elemento mais marcante da fotografia de LaChapelle, a complexa composição e a organização cromática predominam no seu trabalho.

Figura 57 - David LaChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

Figura 58 - David LaChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

A intertextualidade é presente com o uso de obras consagradas e de elementos sagrados e profanos, alterando ou propondo um novo ponto de vista em relação ao discurso proposto pela obra original.

Figura 59 - David LaChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

LaChapelle utiliza signos da Pop Art promovendo sátiras à sociedade de consumo e ao capitalismo

Figura 60 - David LaChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

A temática sexual é constante, mas é apresentada de forma implícita, refinadamente contextualizada, com um sentido estético apurado e uma razão de ser muito forte.

Figura 61 - David LaChapelle



Fonte: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>.

A reprodução de objetos do cotidiano fora de escala transforma o real em um hiper-real. LaChapelle foi um dos pioneiros na manipulação digital conferindo efeitos inéditos.

4 EQUIPAMENTOS E MATERIAIS FOTOGRÁFICOS EM PERÍODOS TECNOLÓGICOS DISTINTOS

4.1 Tipos de materiais fotossensíveis usados pelos fotógrafos pictorialistas

Os fotógrafos pictorialistas, que atuaram principalmente entre o final do século XIX e início do século XX, utilizavam uma variedade de filmes e técnicas para alcançar os efeitos artísticos desejados. Aqui estão alguns dos principais.

Muitos fotógrafos usavam placas de vidro recobertas com emulsões fotográficas de gelatina ou colódio. Essas placas eram mais estáveis e proporcionavam maior resolução em comparação aos filmes de celuloide. Alguns dos primeiros filmes de celuloide eram feitos de nitrato de celulose, que era altamente inflamável. Embora não fosse ideal, foi uma das primeiras alternativas às placas de vidro.

Com o tempo, os filmes de celuloide começaram a ser usados. Eles eram mais leves e práticos em comparação às placas de vidro. Os filmes de celuloide foram uma revolução no cinema, pois permitiram que as imagens fossem gravadas em rolos, que podiam ser colados uns nos outros, tornando o filme praticamente infinito.

4.2 Técnicas e processos fotográficos

O Processo de impressão em platina era popular entre os pictorialistas por sua ampla gama tonal e durabilidade. As impressões em platina são conhecidas por suas nuances suaves e profundidade. A impressão em goma bicromatada permitia aos fotógrafos aplicarem várias camadas de emulsão colorida, resultando em imagens com uma qualidade pictórica e com textura. A técnica da Fotogravura envolvia a transferência de uma imagem fotográfica para uma chapa de cobre, que era então usada para fazer impressões. Produzia resultados de alta qualidade com ricas gradações de tons. O bromóleo envolvia a transferência de uma imagem de prata gelatinosa para uma superfície de papel com tinta à base de óleo, permitindo ao fotógrafo manipular a imagem com pincéis e outras ferramentas. A Cianotipia produzia imagens em azul ciano. Embora não fosse tão popular quanto outros processos, alguns pictorialistas usavam cianotipia para obter efeitos específicos.

Figura 62 - Impressão em platina



Fonte: Cleber Falieri, 2024.

Pigment print era outro processo popular entre os pictorialistas, onde pigmentos coloridos eram usados para criar a imagem, proporcionando um controle artístico sobre a tonalidade e textura.

4.3 Tipos de papel fotográfico usado pelos pictorialistas

Papel Albuminado, feito à base de clara de ovo (albumina) e sal, revestido com uma emulsão de prata. Proporcionava uma superfície brilhante e imagens nítidas, sendo um dos papéis mais populares do século XIX.

Papel de Platina (ou Papel Platinotípico) utilizava platina em vez de prata para formar a imagem. Tinha uma tonalidade quente e uma ampla gama tonal. Muito apreciado por sua durabilidade e a qualidade rica e profunda das impressões.

Papel de Goma Bicromatada, usado em processos de impressão de goma, permitindo que várias camadas de emulsão colorida fossem aplicadas para criar uma imagem. Favorecia a manipulação artística, permitindo ao fotógrafo adicionar texturas e controlar a tonalidade.

Papel feito para o processo bromóleo, onde uma impressão gelatinosa de prata era transferida para uma superfície de papel e tratada com tinta de óleo, permitindo a manipulação da imagem com pincéis e outras ferramentas, proporcionando uma aparência pictórica.

Papel de Carbono utilizava pigmentos de carbono para formar a imagem, conhecido por sua durabilidade e estabilidade. Permitia criar imagens com alta qualidade e resistência ao desbotamento.

Papel de Prata Gelatinosa, um dos papéis fotográficos mais comuns, revestido com uma emulsão de prata em gelatina. Oferecia uma boa gama tonal e era amplamente utilizado tanto em impressão em preto e branco quanto em técnicas de manipulação.

Papel Texturizado, papéis com várias texturas (rugosas, granulares, etc.) para aumentar o efeito pictórico. Favorecia a aparência de uma pintura ou desenho, muito valorizada pelos pictorialistas.

4.4 Tipos de câmeras usadas pelos pictorialistas

Figura 63 - Câmeras de grande formato



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Large_format.

Câmeras de Grande Formato utilizavam placas de vidro grandes, geralmente de 4x5 polegadas (10x12 cm) ou maiores, proporcionando alta resolução e detalhes. Eram preferidas para paisagens e retratos, onde a qualidade de imagem e a capacidade de controle da profundidade de campo eram essenciais. Permitiam controle preciso da composição e da perspectiva através de movimentos de inclinação e deslocamento.

Câmeras de Placas de Vidro usavam placas de vidro revestidas com emulsão fotográfica, que eram inseridas individualmente na câmera. Eram amplamente utilizadas devido à sua capacidade de produzir imagens de alta qualidade e detalhes finos. A estabilidade das placas de vidro permitia longos tempos de exposição, necessários para capturar cenas com baixa iluminação.

Figura 64 - Placas de vidro



Fonte: Laboratório fotográfico da escola de Belas Artes, 2024.

Câmeras de Visão Permitiam ajustar o plano do filme e da lente independentemente,

oferecendo controle preciso sobre a composição e a perspectiva. Utilizadas em estúdios para retratos e fotografia de moda, bem como para paisagens detalhadas. A capacidade de movimentos de inclinação e deslocamento permitia corrigir a perspectiva e focar seletivamente.

Câmeras de Filme Flexível (Filme de Rolo) introduziram filmes de celuloide em rolos, substituindo as placas de vidro. Tornaram-se populares no final do período pictorialista, oferecendo maior praticidade e permitindo mais fotos por carga de filme. Leves, portáteis e com maior capacidade de fotos, permitiam maior flexibilidade e rapidez no trabalho de campo.

Figura 65 - Câmera de filme flexível



Fonte: <https://www.imperiodosantigos.com.br/outros/diversos/antiga-camera-fotografica-kodak-com-case>.

Câmeras de Retrato de Estúdio, grandes e pesadas, projetadas para uso em estúdio com iluminação controlada. Utilizadas para retratos detalhados e bem iluminados, muitas vezes combinadas com fundos e adereços elaborados. Ofereciam alta qualidade de imagem e controle total sobre a iluminação e a pose dos sujeitos.

4.5 Período pós guerra - fotografia de moda moderna

Após a Segunda Guerra Mundial, a fotografia de moda passou por uma transformação significativa, tanto em termos de estilo quanto de tecnologia. Os fotógrafos de moda começaram a adotar novas câmeras e técnicas que lhes permitiram criar imagens mais dinâmicas e inovadoras. Aqui estão algumas das câmeras mais influentes usadas por fotógrafos de moda após a Segunda Guerra Mundial.

Rolleiflex (Twin-Lens Reflex, TLR): Câmera de médio formato com duas lentes - uma para a visualização e outra para a captura da imagem. Popular entre fotógrafos de moda devido à sua alta qualidade de imagem e facilidade de uso. Imagens de alta resolução, visor de cintura que permitia uma composição mais natural e espontânea.

Figura 66 - Rollei_10718_Rolleiflex_2_8_GX_Twin.html



Fonte: <https://www.bhphotovideo.com/c/product/223642-USA/>.

Hasselblad 500C: Câmera de médio formato, modular, com lentes intercambiáveis e um sistema de visor flexível. Tornou-se uma das câmeras favoritas para fotografia de moda em estúdio e em locações devido à sua qualidade excepcional. Imagens extremamente detalhadas, robustez e flexibilidade modular, permitindo o uso de diversos acessórios.

Figura 67 - Hasselblad 500C



Fonte: <https://www.chiswickauctions.co.uk/auction/lot/169-a-hasselblad-500cm-chrome-with-lenses-and-accessories/?lot=236102&sd=1>.

Leica M3 (e outras câmeras da série M). Câmera de 35 mm *rangefinder*, compacta e com lentes intercambiáveis. Preferida por fotógrafos de moda que necessitavam de uma câmera portátil e discreta para fotografias de rua e sessões em locações. Portabilidade, alta qualidade de construção, lentes de alta qualidade que produziam imagens nítidas e brilhantes.

Figura 68 - Hasselblad 500C



Fonte: https://www.google.com/search?q=Leica+M3+&sca_esv=b77251912650b4ae&udm=2&biw=1920&bih=1057&s.

Nikon F: Primeira câmera reflex de 35 mm (SLR) da Nikon, com lentes intercambiáveis e sistema modular. Revolucionou a fotografia de moda com sua durabilidade e versatilidade, sendo amplamente utilizada tanto em estúdios quanto em locações. Robustez, sistema de lentes intercambiáveis, visor reflex que permitia uma visualização precisa da imagem.

Figura 69 - Nikon F



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Nikon_F.

Canon F-1: Câmera SLR de 35 mm, com lentes intercambiáveis, construída para ser robusta e confiável. Popular entre fotógrafos de moda por sua flexibilidade e capacidade de suportar condições de trabalho intensas. Sistema modular, confiabilidade em várias condições de trabalho, ampla gama de lentes e acessórios.

Figura 70 - Canon F-1



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Canon_F-1https://en.wikipedia.org/wiki/Canon_F-1.

Pentax 6x7: Câmera de médio formato que parecia e operava como uma SLR de 35 mm, mas produzia negativos maiores. Preferida para fotografia de moda por suas imagens de alta resolução e facilidade de uso similar a uma SLR de 35 mm. Alta qualidade de imagem, fácil de manusear e operar, ideal para trabalho em estúdio e locações. Assim como a Mamiya RB67, tem o formato retangular dos fotogramas, mais adequado ao formato das revistas.

Figura 71 - Pentax 6x7



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Pentax_6%C3%977.

Mamiya RB67: Câmera de médio formato, com sistema modular e visor reflex. Muito usada em fotografia de moda devido à sua flexibilidade e qualidade de imagem superior. Sistema modular, excelente qualidade de imagem, variedade de lentes e acessórios.

Figura 72 - Mamiya RB67



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Mamiya_RB67.

Polaroid SX-70: Câmera instantânea que permitia ver a imagem quase imediatamente após a captura. Usada para testes de iluminação e composição em sessões de moda, além de criar imagens instantâneas para efeitos artísticos. Produção instantânea de fotos, facilidade de uso, flexibilidade criativa.

Figura 73 - Polaroid SX-70



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Polaroid_SX-70.

Estas câmeras ajudaram a moldar a estética da fotografia de moda no período pós-guerra, oferecendo aos fotógrafos ferramentas para experimentar com composições inovadoras, iluminação e técnicas de captura. As inovações tecnológicas e a crescente disponibilidade de novos equipamentos permitiram aos fotógrafos de moda a exploração de novos estilos e a aproximação das tendências artísticas e culturais da época.

4.6 Filmes usados no período moderno

Kodachrome: Filme colorido de inversão (slide) famoso por suas cores vibrantes e durabilidade. Muito popular em fotografia de moda e publicidade devido à sua excelente reprodução de cores e alta resolução. Cores ricas e saturadas, grande estabilidade ao longo do tempo, detalhes finos.

Ektachrome: Outro filme de inversão colorida (slide) da Kodak, conhecido por sua reprodução de cores e rapidez no processamento. Utilizado por fotógrafos de moda que precisavam de uma rápida reviravolta no processamento e desejavam cores vivas. Processamento mais rápido do que Kodachrome, cores vibrantes, flexibilidade em várias condições de luz.

Kodak Tri-X: Filme preto e branco de alta sensibilidade (ISO 400), conhecido por seu grão característico e flexibilidade. Muito popular para fotografia de moda em preto e branco, tanto em estúdio quanto em locações. Boa performance em condições de baixa luminosidade, grão esteticamente agradável, alta latitude de exposição.

Figura 74 - Filmes 35mm



Fonte: <https://analoguewonderland.co.uk/blogs/film-photography-blog/which-35mm-film-should-i-use>.

Figura 75 - Filmes 120mm



Fonte: <https://analoguewonderland.co.uk/blogs/film-photography-blog/which-35mm-film-should-i-use>.

Kodak Tmax (ISO 100 e 400): Filmes preto e branco com granulação mais fina.

Kodak Tmax (ISO 3200): Filme preto e branco para situações de pouca luminosidade.

Figura 76 - Filmes Kodak Tmax



Fonte: <https://analoguewonderland.co.uk/blogs/film-photography-blog/which-35mm-film-should-i-use>.

Ilford HP5: Filme preto e branco de alta sensibilidade (ISO 400), semelhante ao Kodak Tri-X. Preferido por muitos fotógrafos de moda pela sua consistência e qualidade de imagem. Alta latitude de exposição, grão fino, boa performance em diversas condições de iluminação.

Fuji Velvia: filme de inversão colorida (slide) da Fujifilm, famoso por suas cores intensas e saturadas. Utilizado em fotografia de moda e publicidade por suas cores vibrantes e contraste elevado. Cores extremamente vibrantes, alto-contraste, alta resolução.

Fuji Provia: filme de inversão colorida (slide) da Fujifilm, conhecido por sua precisão de cor e menor saturação em comparação com Velvia. Preferido para fotografias de moda que exigiam cores mais naturais e equilibradas. Excelente reprodução de cores, grão fino, boa para tons de pele naturais.

Fuji Reala: filme negativo colorido de tom neutro para reprodução de cores mais fiéis.

Agfa Optima: filme negativo colorido da Agfa, conhecido por suas cores suaves e naturais. Usado em fotografia de moda por sua capacidade de renderizar tons de pele de maneira suave e realista. Cores naturais, bom desempenho em várias condições de iluminação, grão fino.

Kodak Portra: filme negativo colorido da Kodak, especialmente formulado para

renderizar tons de pele de maneira natural. Muito popular em fotografia de moda e retratos devido à sua reprodução de cores suaves e tons de pele precisos. Tons de pele realistas, grão extremamente fino, alta latitude de exposição.

Polaroid Instant Film: filmes instantâneos usados em câmeras Polaroid, proporcionando uma imagem quase imediata. Utilizado para testes de iluminação e composição, bem como para efeitos artísticos únicos, e imediatos da imagem, fácil de usar, flexibilidade criativa.

Esses filmes permitiram que os fotógrafos de moda explorassem uma ampla gama de estilos e técnicas, desde as cores vibrantes e saturadas dos filmes de slide até os contrastes dramáticos e grãos dos filmes preto e branco. A escolha do filme era muitas vezes determinada pelo efeito desejado, condições de iluminação e preferências pessoais do fotógrafo.

4.6.1 Papéis fotográficos

Nesse período, além da grande variedade de papéis à base de fibra natural em relação; espessura, tamanho, contraste, tonalidade, surgem os papéis resinados, de base sintética com o tempo de processamento bem mais rápido se comparado aos papéis de fibra natural trazendo mais agilidade e rapidez para a edição e distribuição das imagens. Também existia no mercado uma gama bem maior de fabricantes (Kodak, Fuji, Agfa, Hilford...) e distribuidores de material fotográfico.

Figura 77 - Papéis fotográficos



Fonte: Departamento de Fotografia e Cinema, Escola de Belas Artes da UFMG.

4.7 Equipamentos usados na fotografia de moda contemporânea

A fotografia de moda contemporânea utiliza uma ampla gama de equipamentos

fotográficos avançados para capturar imagens com alta qualidade e flexibilidade. O equipamento moderno permite uma criatividade e uma precisão sem precedentes, influenciando diretamente a estética e a técnica na fotografia de moda. Aqui estão os principais tipos de equipamentos usados atualmente.

4.7.1 Câmeras

- Câmeras DSLR (Digital Single-Lens Reflex): Marcas Populares: Canon, Nikon.

Sensor de imagem grande, alta qualidade de imagem, versatilidade em diferentes condições de iluminação. Amplamente utilizadas para fotografia de moda por sua capacidade de fornecer imagens nítidas e detalhadas.

Figura 78 - EOS 6D Mark II



Fonte: <https://loja.canon.com.br/pt/canonbr/eos-6d-mark-ii-corpo>.

Figura 79 - Nikon D4



Fonte: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2016/01/conheca-melhores-cameras-profissionais-da-nikon-no-brasil.ghtml>.

- Câmeras Mirrorless (Sem Espelho) Marcas Populares: Sony, Fujifilm, Panasonic, Canon, Nikon.

Design compacto, capacidade de troca de lentes, tecnologia avançada de foco automático, excelente desempenho em vídeo. Cada vez mais populares devido à sua leveza e ao desempenho superior em condições de baixa luminosidade.

Figura 80 - Câmeras Mirrorless



Fonte: <https://www.tudocelular.com/guia-de-compras/noticias/n146811/melhor-camera-mirrorless-ate-10-mil-para-comprar.html>.

- Câmeras de Médio Formato Marcas Populares: Hasselblad, Phase One, Fujifilm.

Sensores maiores que proporcionam uma resolução superior e uma qualidade de imagem excepcional. Preferidas para produções de alta moda e ensaios editoriais onde a qualidade máxima é crucial.

Figura 81 - Fuji GFX 50S



Fonte: <https://www.cameralane.com.au/fujifilm-gfx-50s-ii-body-with-gf-35-70mm-kit-new/>.

Figura 82 - Fase One



Fonte: <https://www.filtromag.com.br/camera-profissional-phase-one-xf-camera-system/>.

- Smartphones com câmeras excepcionais competem lado a lado com equipamentos profissionais maiores.

Figura 83 - Smartphones com câmera



Fonte: <https://www.nextpit.com.br/moto-snap-hasselblad-true-zoom-review>.

4.7.2 Lentes

Lentes Prime com distância focal fixa que oferecem alta qualidade óptica e ampla abertura para controle de profundidade de campo. Utilizadas para retratos e *close-ups*, proporcionando uma nitidez excepcional.

Figura 84 - Nikon 105mm f/1.4E ED AF-S Nikkor



Fonte: https://www.bhphotovideo.com/c/product/1269658-REG/nikon_af_s_nikkor_105mm_f_14e.html.

Lentes Zoom com distância focal variável, permitindo maior flexibilidade em diferentes situações de fotografia. Versáteis para capturar uma variedade de planos e ângulos sem a necessidade de trocar de lente.

Figura 85 - Lentes com grande abertura



Fonte: https://www.bhphotovideo.com/c/product/1175033-REG/nikon_af_s_nikkor_24_70mm_f_2_8e.html.

Lentes com grandes aberturas (f/1.2, f/1.4) que permitem excelente desempenho em baixa luminosidade. Ideais para criar efeitos de desfoque de fundo e destacar o sujeito.

4.7.3 Iluminação

Flash de Estúdio oferece controle preciso sobre a intensidade da luz, ideal para ambientes de estúdio. Utilizado para criar iluminação controlada e efeitos dramáticos, bem como para iluminar grandes áreas.

Figura 86 - Godox QS400II 3- Light Studio Flash Kit



Fonte: <https://www.bhphotovideo.com/c/search?q=%20Godox%20QS400II%203-%20Light%20Studio%20Flash%20Kit&sts=ma>.

Softboxes e Difusores são modificadores de luz que suavizam e espalham a luz, reduzindo sombras duras e criando uma iluminação mais uniforme. Usados para criar uma iluminação suave e difusa, essencial para retratos e fotos de moda.

Figura 87 - Bescor LED-95DK2 LED Video Light Kit with Two LED Light Panels, Two Pieces Floor Stands and Two AC Adaptors



Fonte: <https://www.bhphotovideo.com/c/search?q=Bescor%20LED-95DK2%20LED%20Video%20Light%20Kit%20with%20Two%20LED%20Light%20Panels%2C%20Two%20Pieces%20Floor%20Stands%20and%20Two%20AC%20Adaptors&sts=ma>.

Luzes Contínuas são fontes de luz que fornecem iluminação constante, permitindo ver o efeito da luz em tempo real. Útil para sessões fotográficas em estúdio e em locações, especialmente quando a iluminação constante é necessária.

4.7.4 Acessórios

- Tripés e Monopés:

Estabilizam a câmera para fotos nítidas e estáveis, especialmente em condições de baixa

luminosidade, são utilizados para garantir a estabilidade da câmera e evitar tremores.

Figura 88 - Tripés e Monopés



Fonte: <https://www.phototech.com.br/produto/tripe-e-monope-andoer-ttt-012-altura-183m-suporta-10kg.html>.

Gimbals e Estabilizadores, dispositivos que ajudam a estabilizar a câmera durante o movimento, proporcionando imagens suaves e estáveis. Utilizados para filmagens em movimento, especialmente em vídeos de moda e campanhas dinâmicas.

Figura 89 - Estabilizador



Fonte: <https://www.teocameras.com/www.teocameras.com/vl9jp9dqa-estabilizador-gimbal-3-eixos-dji-ronin-s-nfe>.

Filtros UV, polarizadores, filtros de densidade neutra. Usados para controlar a luz, reduzir reflexos e ajustar a exposição. Ajudam a melhorar a qualidade da imagem e a alcançar efeitos criativos.

4.7.5 Equipamentos de pós-produção

Softwares de Edição como; Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, Capture One com ferramentas para retocar, ajustar cores e criar efeitos visuais. essenciais para a edição final das imagens, ajustando detalhes, cores e texturas.

4.7.6 Equipamentos de vídeo

Câmeras de Vídeo projetadas para capturar vídeo de alta qualidade, com capacidades avançadas de gravação e controle de imagem. Utilizadas para criar vídeos de moda, campanhas publicitárias e conteúdo multimídia em conjunto com equipamentos para capturar áudio de alta qualidade durante filmagens e sessões de vídeo. Importantes para gravações de vídeo e para criar conteúdo multimídia com áudio claro e profissional

4.7.7 A transformação digital e as novas demandas redefiniram a profissão de fotógrafo

A fotografia evoluiu profundamente ao longo das últimas décadas, se transformando de uma prática essencialmente técnica e artesanal em uma carreira multifacetada que exige habilidades diversas. De portfólios físicos a campanhas de marketing nas redes sociais, o fotógrafo passou a navegar por um cenário mais complexo, onde o domínio de ferramentas digitais, a criação de conteúdo estratégico e a interação online com clientes são fundamentais para prosperar.

Câmeras Mirrorless com tecnologias avançadas (Canon EOS R, Sony Alpha) e smartphones com câmeras excepcionais competem lado a lado. Inteligência Artificial auxilia em foco e estabilização. A IA incorporada ao Lightroom e Photoshop otimiza retoques, cortes e edição de cor, além de agilizar o processo de entrega. Ferramentas com IA automatizam ajustes complexos. Drones com IA, impressão 3D para álbuns personalizados e realidade aumentada em projetos interativos se tornaram opções.

5 A FABULAÇÃO DA IMAGEM NA MODA

5.1 A celebração da imagem na moda

Para Philippe Garner (2008), sendo um meio indescritível, constitui uma área de criatividade em constante mutação, onde a mudança é intrínseca. No entanto, as notáveis fotografias de moda não apenas conseguem capturar as nuances específicas das peças de vestuário e estilos, mas também imortalizam gestos, estados de espírito e contextos evocativos, proporcionando assim um legado tangível para essa forma fluida de expressão. Tais imagens tornam-se marcos seminais e icônicos para historiadores e colecionadores interessados em compreender a essência duradoura da arte performática conhecida como alta moda. Elas têm o poder de fixar de maneira permanente os momentos decisivos de um espetáculo sempre inventivo e em constante evolução.

Atualmente, a fotografia de moda ocupa uma posição de enorme influência em nossa cultura, refletindo nossos ideais, vaidades, ambições, desejos e inseguranças. Não é surpreendente que imagens exemplares adquiram uma aura tão poderosa, sendo autorizadas e até mesmos encorajados a assumir uma considerável autoridade fetichista.

As revistas lembram-nos de que as fotografias de moda possuem uma finalidade comercial específica, sendo resultado de um complexo processo colaborativo. Fotógrafos de moda enfrentam o desafio de expressar seu ponto de vista individual em um projeto de equipe que envolve editor, editor de moda, diretor de arte e o designer cujos trabalhos estão ilustrando, além de cabeleireiros, maquiadores, estilistas e modelos. O fotógrafo reúne esses talentos para criar imagens persuasivas que, embora sejam construções artificiais, têm a capacidade de seduzir e inspirar, mantendo uma qualidade de credibilidade que convence o espectador a suspender a descrença.

Uma característica fundamental do imaginário de moda, evidente nas revistas, é a concepção das imagens em série. O objetivo não é apenas atrair o espectador para uma única imagem, mas sim para uma sequência narrativa, uma história ilustrada que exerce uma influência prolongada. A escolha do tema e a sequência tornam-se cruciais nesse contexto. Embora imagens excepcionais possam ficar gravadas na memória, seu significado é mais revelador em seus contextos originais do que quando isoladas como ícones solitários.

Um marco significativo nesse campo foi um artigo da edição de abril de 1911 da *Art et Décoration*, no qual uma história fotográfica de moda de Edward Steichen foi elegantemente apresentada com texto relevante e ilustrações de Georges Lepape, esta que pode ser considerada

a primeira grande história de moda em uma revista fotográfica com direção de arte.

Figura 90 - Edward Steichen por Georges Lepape, 1911



Fonte: <https://theartofdress.org/2015/07/16/the-art-of-imitation-edward-steichens-modern-fashion-photographs-of-1911/>.

As revistas, desde os títulos mais consagrados até os provocantes, apresentam a fotografia de moda em sua forma mais imediata e autêntica. Se incorporarem características de moda que envolvam ou inspirem, proporcionarão uma expressão vital de nossa cultura visual. Tinta sobre papel, imagens contextualizadas e a integração de imagens com palavras são elementos preciosos que definirão a história deste campo.

Como vimos anteriormente, a moda pode ser analisada tanto como um campo quanto como um sistema de produção. Nesse sentido, torna-se válido remontar, em nosso percurso de estudo, a atuação dos agentes e suas redes. Inicialmente, para observarmos a performatividade da área de produção das imagens, cabe salientar a importância do trabalho de agenciamento das modelos. Para Sascha Behrendt (1983), nas agências de modelos, estabelecem-se conexões com Paris, Milão ou Nova Iorque, facilitando a troca de modelos entre elas. No Reino Unido, os novos modelos jovens, ainda não consagrados, despertam interesse em outros mercados. A fotografia, aliada a um design gráfico requintado, criou uma linguagem visual audaciosa e sofisticada. Esses designers não temiam explorar imagens com sombras escuras e sugestivas, nem renunciavam ao conceito em prol dos detalhes do produto, buscando uma comunicação dinâmica e poderosa. Durante os anos 80, as revistas de moda de Paris demandavam uma ampla variedade de fotografias, desde o granulado preto e branco de Peter Lindbergh até o estilo de estúdio do século XIX de Paolo Roversi e o flash suave e brilhante de Dominique Isserman.

Ainda, segundo Sascha Behrendt (1983), modelos excepcionais agem como camaleões, pois elas adaptam-se à diferentes condições e configurações de iluminação, criando diversas possibilidades para a câmera. As modelos mais excêntricas exigiam reflexão extra, sobre estilo, cabelo, etc, para obter imagens convincentes e coerentes. Assim, torna-se válido salientar as

palavras da autora ao dizer que a fotografia em estúdio se assemelha a criar um cenário cinematográfico, demandando a construção de um universo artificial por meio de equipamentos, iluminação e, por vezes, adereços. As escolhas técnicas, desde câmera e filme até o modelo, sutilmente moldam a aparência da imagem. Formatos como 10x8 polegadas obrigam o fotógrafo a trabalhar mais lentamente, pois o equipamento pesado e a limitada profundidade de campo restringem o movimento. Os resultados frequentemente assumem um caráter altamente estilizado e inventivo. A indústria publicitária valoriza os grandes e médios formatos, permitindo ampliações em grande escala sem degradação da qualidade.

O que nos leva a compreender que a composição de uma imagem não depende apenas do olhar do fotógrafo, para que uma imagem seja construída é importante reunir uma equipe multidisciplinar que possa reconfigurar linguagens e estilos. Para Sascha Behrendt, no contexto desse ambiente, os modelos devem parecer convincentes, demandando especialistas em cabelo, interessados não apenas nos aspectos técnicos da fotografia, mas também em alcançar resultados satisfatórios, demonstrando sensibilidade para com o tema. A observação das diferentes reações e relações individuais com a luz e a câmera encontrou seu espaço ideal na fotografia de retratos. Essa modalidade proporcionou a aplicação e experimentação de ideias formadas como resultado de ser eu mesma um sujeito, sem a complexidade de grandes equipes de cabelo, maquiagem e estilo. Bons modelos, mesmo quando submetidos a ajustes e maquiagens, conseguem transmitir vitalidade diante da câmera. A consistência no conteúdo e estilo fotográfico ao longo de cerca de seis imagens forma o embrião de um potencial “história” de moda. Revistas de moda desempenham um papel crucial ao exibir as habilidades de um fotógrafo, tornando-se um fórum vital para mostrar trabalhos consistentes e bem elaborados.

5.2 A dimensão técnica da imagem a partir da iluminação

A fotografia de moda analógica em preto e branco é uma forma clássica e atemporal de criar imagens que se destacam pela sua estética única e elegante. Existem características distintivas da fotografia de moda analógica em preto e branco que podem ser observadas, como por exemplo, a utilização de gradações de preto e da iluminação que conferem uma sensação de atemporalidade e elegância às imagens de moda. Isso permite que as fotos se destaquem de tendências passageiras de cores e estilos, tornando-as duradouras. Neste sentido, torna-se válido observar a composição porque há neste contraste uma forte ênfase nas formas e texturas da imagem. Fotógrafos e estilistas podem se concentrar na estrutura e na interação dos elementos visuais. O contraste marcante entre áreas escuras e claras, tornando os detalhes mais nítidos e

as sombras mais dramáticas. Isso pode enfatizar a forma do corpo, texturas e expressões faciais. A falta de cores permite que o foco seja direcionado para o conteúdo da imagem, como roupas, modelos e acessórios, sem cores concorrentes.

No que concerne à orientação técnica da iluminação, fotografia de moda em preto e branco muitas vezes exige atenção aos detalhes, como o jogo de luz e sombra, para criar imagens marcantes e expressivas. Algo que pode evocar uma sensação de nostalgia, dando às imagens um toque vintage ou clássico, que é apreciado em certos contextos de moda e esta simplicidade tonal enfatiza a qualidade emocional da imagem. Embora a fotografia de moda em preto e branco tenha características distintivas e únicas, a transição para a fotografia digital e a manipulação de imagens abriu um mundo de possibilidades adicionais para fotógrafos de moda, combinando o melhor dos dois mundos. A escolha entre fotografia analógica e digital, bem como entre colorida e preto e branco, depende do estilo, da mensagem e dos objetivos da sessão de fotos.

6 FOTOGRAFIA DE MODA EM BELO HORIZONTE



Minas Tênis Clube

Fotos: Cláudio Nadalin.



Prefeitura de BH

6.1 Uma breve apresentação

A cidade de Belo Horizonte, como centro de expressão cultural no Brasil, tem testemunhado uma transformação do campo da Fotografia de Moda ao longo dos anos. Analisaremos três elementos-chave que definem esse cenário específico: os recursos técnicos empregados, os veículos de apresentação dos trabalhos e o contexto cultural da cidade. No cenário da Fotografia de Moda em Belo Horizonte, os recursos técnicos têm acompanhado os processos de inovação; do momento em que a fotografia analógica predominava até os avanços digitais contemporâneos da inteligência artificial (IA), os fotógrafos da moda na cidade têm utilizado tecnologias emergentes. A transição para o digital trouxe consigo não apenas uma transformação na forma como as imagens eram capturadas, mas também na manipulação pós-produção, permitindo uma expressão mais ampla e dinâmica da estética da moda.

Quanto ao processo de difusão de imagens da moda na cidade, percebe-se que ao longo das décadas inúmeros suportes contribuíram para a apresentação da fotografia de moda. No fim dos anos de 1970, os cadernos editoriais voltados ao público feminino cumpriam o papel de apresentar a fotografia de autor. Posteriormente, vários fanzines independentes foram lançados

na cidade, como por exemplo, a ZiperZine, editada pelo jornalista Bruno Loureiro e pela diretora de arte Renata Corrêa (1997). No início dos anos 2000, o jornalista de moda Marcelo Rios lançou a revista *BH-MAIS* e, contemporaneamente, várias edições apresentam este trabalho como a *OLHO Mag* (2017) editada por Zeca Perdigão e revista de fotografia *CAKE Mag* (2008), editada pelo fotógrafo Tom Andrade.

Figura 91 - Olho Mag



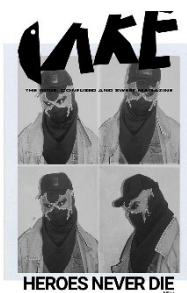
Fonte: <https://olhomagazine.com.br>.

Figura 92 - BH-Mais



Fonte: <https://giria.com.br/bhmais>.

Figura 93 - Cake Mag



Fonte: <https://www.cake-mag.com/issues/issues11>.

Os fotógrafos de moda em Belo Horizonte têm utilizado uma variedade de veículos para

apresentar suas obras a partir de diversas revistas especializadas e plataformas online, haja vista que a diversificação dos meios de exposição reflete não apenas a globalização, mas também a busca por uma audiência mais ampla. Sendo assim, desfiles de moda, exposições fotográficas e colaborações com marcas locais também desempenham um importante papel na divulgação desses trabalhos, conectando a produção fotográfica com a comunidade local, o que gera uma ação comunicativa de acolhimento e também de identidade antropológica, sendo um recurso ético e estético, não só para a comunidade local, mas para que essa realidade seja disseminada para outros estados e até países, conectando fotógrafos, empresários, modelos e ademais setores.

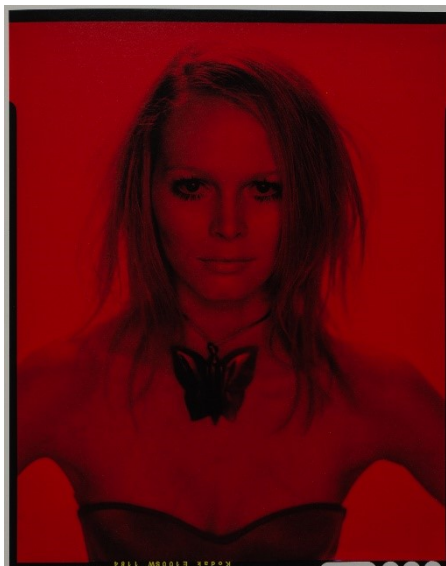
Dessa forma, o cenário cultural de Belo Horizonte, marcado por sua efervescência artística, influencia diretamente a temática. A cidade, com sua herança artística e arquitetônica, apresenta-se como cenário para sessões fotográficas. Além disso, a interação entre a fotografia de moda e outras formas de expressão artística, como a música e a dança, contribuem para uma abordagem mais holística e integrada à moda na cidade. A Fotografia de Moda em Belo Horizonte não apenas reflete as tendências globais, mas também incorpora a identidade da cidade, exprimindo elementos culturais criando um diálogo entre moda, imagem e cultura local.

Quando estudamos as diferenças entre Fotografia Analógica e Digital na Moda em Belo Horizonte, nos adentramos ao cerne da nossa pesquisa, explorando as nuances distintas entre a Fotografia Analógica e Digital, contextualizando essas diferenças no cenário específico da moda em Belo Horizonte. A transição da fotografia analógica para a digital marca uma mudança fundamental na maneira como os fotógrafos de moda em Belo Horizonte concebem e criam suas imagens. Enquanto a fotografia analógica carrega consigo um charme nostálgico e uma estética única, a fotografia digital oferece vantagens tecnológicas que possibilitam experimentações criativas e uma produção mais ágil. A relação entre essas duas formas não é de substituição, mas de coexistência, uma vez que muitos profissionais buscam equilibrar elementos de ambos os mundos para alcançar resultados esteticamente ricos e tecnicamente precisos.

Em termos práticos, as mudanças da área da fotografia se assemelham as transformações do campo moda. Evidentemente, os procedimentos mobilizados pelos fotógrafos de moda estavam em constante diálogo com o trabalho multidisciplinar da moda, perscrutando estilos, tendências, performances cênicas para as marcas etc. Em Belo Horizonte, as mudanças práticas entre a fotografia analógica e digital são evidentes nas técnicas de captação, processamento e apresentação das imagens de moda. A velocidade de produção, a capacidade de experimentação sem os limites físicos do filme e as oportunidades de edição pós-produção têm redefinido os

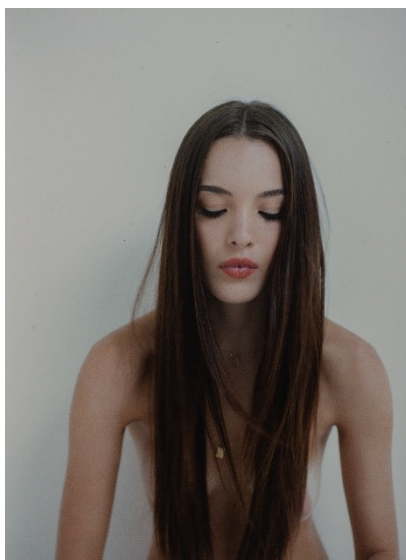
padrões criativos. Ao mesmo tempo, a fotografia analógica preserva uma abordagem mais artesanal, demandando paciência e habilidade técnica. A escolha entre essas abordagens reflete as preferências individuais dos fotógrafos, assim como as demandas específicas de cada projeto.

Figura 94 - Sandra Stever - Foto analógica



Fonte: Weber Pádua, 2003.

Figura 95 - Marcela Sbraletta - Foto digital



Fonte: Weber Pádua, 2011.

Logo, a importância de se pensar a imagem para o campo da moda na contemporaneidade evoca a questão da pluralidade de ações realizadas por linguagens advindas do *Styling* e da direção de arte. Em cada contexto de apresentação dos trabalhos, os profissionais que trabalham em rede colocam em exercício um pensamento crítico sobre estilo, narratividade

e representação. Estas relações são intensificadas na medida em que os editores de moda delimitam algumas regras no espaço extracampo a partir da curadoria de marcas, edições de peças de roupas, da beleza e, em particular, pelo modo particular de convocar o sentido dos espectadores no processo de pós-produção.

O evento do projeto de extensão derivado desta pesquisa de dissertação e coordenado pela Professora Dra. Angélica Adverse, intitulado *Moda, Fotografia & Imagem* realizado no ano de 2023 no Museu da Moda, com produção de Marina Seif. colocou em discussão o processo de criação das imagens de moda e, para tanto, os fotógrafos Weber Pádua, Márcio Rodrigues e Tom Andrade foram convidados para narrarem um pouco das experiências que deflagram o ato fotográfico no campo da moda. O que se percebeu a partir dos testemunhos foi um mosaico de experiências de criação que contrastavam com as zonas de interesse comercial do campo industrial.

Para elencar o testemunho das operações de recorte, composição e montagem, ainda participaram dos encontros as *stylists* Mariana Sucupira e Lara Di Maccio, a diretora de arte Luciana Nacif, a estilista Cláudia Pimenta e a jornalista de moda Valéria Said. Estes profissionais apresentaram uma série de questões referentes às implicações autorais, os estilos culturais, o conjunto de experiências e elementos peculiares associados à área da produção de imagem, o que faz do momento “fotografia da moda” uma miscelânea de fatores.

Figura 96 - Fotografia química



Fonte: Marcio Rodrigues, 2024

Figura 97 - Fotografia digital



Fonte: Marcio Rodrigues, 2024.

6.2 Catálogos de moda impressos

Nos anos 90, havia uma grande produção de catálogos de moda em Belo Horizonte. Era uma boa forma de divulgação dos produtos das marcas e confecções acompanhadas de campanhas em revistas, jornais e *out-doors*, em uma época que ainda não existiam, redes sociais e fotografia digital.

Eram sempre muito bem impressos em *offset*, papéis e encadernações especiais e com custo de produção elevado, eram bastante exclusivos direcionados aos principais clientes das lojas, imprensa especializada e para pessoas influentes no meio. As produções consumiam muitas viagens, muitas diárias e bastante trabalho.

Figura 98 - Catálogos de moda impressos



Fonte: Cláudio Nadalin.

Segue os depoimentos do fotógrafo Márcio Rodrigues e da estilista Cláudia Pimenta que atuaram ativamente nesse período em Belo Horizonte e participaram da produção de diversos desses catálogos que foram muito importantes para a distribuição e divulgação da moda na cidade, pois teve uma boa veiculação e isso fez com que atingisse, involuntariamente, um maior público. Gerando, assim, um novo questionamento sobre fotografia, moda, cultura e sociedade. É, de fato, a comprovação de que moda e sociedade andam em conjunto, basta que haja uma conexão entre os dois, que é papel da fotografia, neste caso.

Tem coisas que o tempo só valoriza e que deixaram saudades. O fotógrafo ver seu material bem impresso sempre vai ser uma das coisas mais legais da minha profissão. Eu guardo com muito carinho, toneladas de catálogos, livros, revistas e tudo mais onde meu trabalho foi publicado. Isso a internet nunca vai superar, a sensação de folhear um catálogo bem impresso! (Márcio Rodrigues).

O processo das imagens de moda movimentava um grande número de profissionais, mas ali movimentava mais ainda porque os catálogos eram impressos e os catálogos já eram uma obra à parte, era uma obra para ser guardada, eram livros.

E dependia do tamanho da encadernação, costurados à mão, tratamento da imagem. Isso estabelecia uma relação diferente do que a gente tem hoje com as imagens. Primeiro, que era mais laborioso, demorava mais para você ter aquilo em mãos. Era mais raro e como eles eram muito caros, então tinha uma tiragem limitada.

Quem recebia um catálogo daquele estava recebendo uma obra, então considerada uma obra de arte mesmo. Não é porque ali envolvia uma supermodelos e super fotógrafos. (Claudia Pimenta).

6.3 Fotógrafos de moda em Belo Horizonte

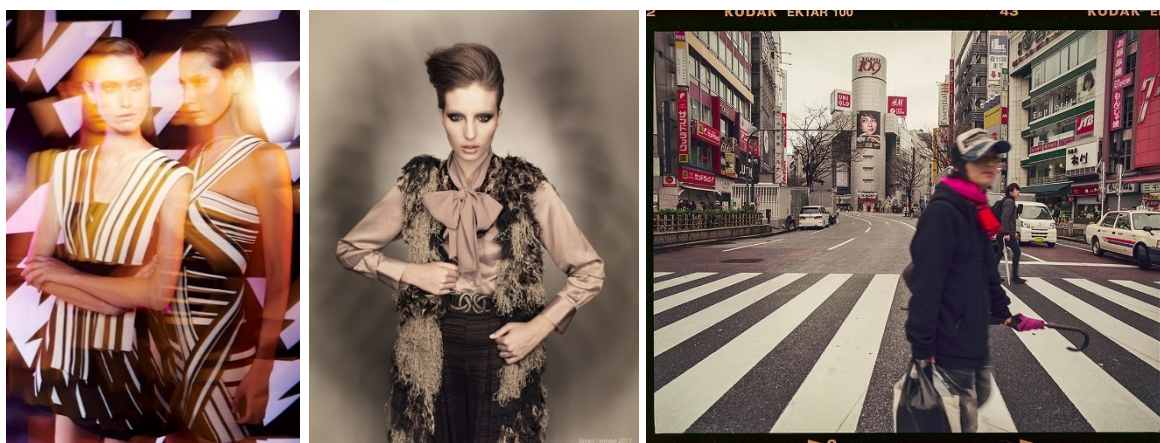
Apresentamos alguns fotógrafos que se destacaram no mercado de fotografia de moda

e publicidade em Belo Horizonte e que passaram por esse período de transição tecnológica na mudança da fotografia química para a digital, contribuindo generosamente com o projeto, fornecendo imagens, participando dos nossos *Talks* e compartilhando suas experiências profissionais.

Considerando a duração do mestrado, o foram selecionados um número menor de consultados. A seleção dos profissionais considerou a relevância no cenário da moda em Belo Horizonte, a atuação no mercado de moda e a facilidade de acesso com os entrevistados.

- **Weber Pádua**

Figura 99 - Fotos Weber Pádua



Fonte: www.dablio.com.br.

Graduado em design gráfico e fotografia pela escola Guignard. Possui livros publicados. Participou de várias mostras de fotografia no Brasil e na Europa, o trabalho fotográfico transita entre a moda e a arte, observando a *street wear* as subculturas urbanas, a arquitetura e o modo de vida nas cidades.

Weber Pádua é um dos mais influentes profissionais no universo da moda em Belo Horizonte, mas sua paixão pela fotografia do cotidiano das pessoas é marcante em sua obra. Composto por imagens do cotidiano de diversas cidades do mundo e registros do universo da moda.

Figura 100 - Produção de moda em estúdio para loja Cubo de Belo Horizonte em 2002



Fonte: Weber Pádua, 2024.

É uma fotografia analógica com filme Kodak Ektachrome E100 SW câmera Hasselblad 555 ELD. Os modelos são Illan Weisberg, Gabriel Figueredo, Raquel Amorim, Gustavo Carneiro, Ana Raquel, Paula Behring, Marcela Falci, Ivo Diniz, Lígia Mendes, Renata Salgado, Fred Mafra, Dinah Verleum, Tatiana Gontijo, Thiago Fazzito, Cida Nogueira. *A foto* descreve um pouco a diversidade das produções e da galera da cidade, a produção da foto durou um dia inteiro, fotografando também com a Polaroid para conferir a exposição e iluminação. O trabalho era bem mais demorado com a tecnologia analógica.

O livro 5x5, de Weber Pádua, traz um “lado B” da trajetória do fotógrafo, com *portraits*, *lifestyle*, fotojornalismo e *landscapes*. Muitos deles registrados nos bastidores de campanhas, em viagens e em trabalhos autorais dedicados a Fine Art. O fotógrafo, reconhecido por seu trabalho na moda e música, abriu seu arquivo e fez nesse livro uma compilação dos seus 25 anos de trabalho, composto por imagens do cotidiano de diversas cidades do mundo e registros do universo da moda.

O foi feito durante o período de transição tecnológica e traz um interessante índice informando dados técnicos das fotografias como tipo de filme, formato do equipamento, local, data, etc.

Dizem que chega uma hora na vida em que a gente sente vontade de olhar pra trás e ver o que já realizou. Foi assim que esse livro nasceu. Resultado de uma seleção dos 20 anos do meu arquivo, o 5X5 é também uma edição privilegiada. Por trazer imagens registradas de uma época transitória dos processos fotográficos. Antes de 2001, película. Depois, pixel.

Trabalhei também com vários formatos. Enquadrar quadrado ou retangular muda muito a maneira de conceber uma imagem. No momento da captura, a decisão de cortar algo -ou não - em uma cena é fundamental. O exercício de composição de luz, momento e enquadramento diferencia a boa fotografia: Por isso, procurei deixar as fotos como foram feitas: Sem recorte e sem tratamento especial na imagem. Um material que representa realmente o que penso e a forma como trabalho (Pádua, 2024).

Figura 101 - Foto do Livro 5x5

Lina Bianchini - Pampulha
Belo Horizonte - 2002
Câmera Hasselblad 555 ELD
Filme Kodak Ektachrome E 100 SW
Fotografia analógica em ambiente externo
Iluminação com flash



Fonte: Weber Pádua, 2024.

Figura 102 - Foto do Livro 5x5

Daniela Cicarelli - Studio W
Belo Horizonte 1998
Câmera Pentax 67 II
Filme Kodak Ektachrome E100 SW
Fotografia analógica em estúdio
Projeção de luz ao fundo e uso de um ventilador para
dar movimento aos cabelos



Fonte: Weber Pádua, 2024.

Figura 103 - Foto do Livro 5x5

Thais Oliveira, Retiro da Pedras
 Brumadinho, 2009
 Câmera Canon EOS 1D Mark III
 1/160s - f 4 - ISO 200
 Fotografia digital PB em ambiente externo
 Imagem mais conceitual
 Contraste entre luz e sombra
 Uso de objetiva grande angular



Fonte: Weber Pádua, 2024.

Figura 104 - Foto do Livro 5x5

Masha Voronina
 Shangri-La Hotel - Paris - 2013
 Câmera Canon 1DX
 1/500 - f 4.5 - ISO 200
 Fotografia digital usando a fachada do hotel como locação.
 Luz do dia.
 Enquadramento retangular vertical proporcional à tela dos aparelhos celulares contemporâneos.



Fonte: Weber Pádua, 2024.

- **Ilana Lansky**

Ilana veio de Israel ainda criança. Seu pai era fotógrafo amador, com quem praticou o processamento de filmes em laboratório fotográfico preto e branco. No Brasil, estudou Arquitetura de 1975 a 1979, quando ganhou uma bolsa para estudar fotografia em Israel. De volta ao Brasil, em 1981, fotografou Ouro Preto, experimentando o fotojornalismo, e conheceu pessoas do Foto Clube, apresentando suas fotos feitas com uma RolleiFlex 6x6. Foi convidada por Rui César e Paulo Rossi a fotografar o barroco mineiro, momento em que trocou seu equipamento para uma Nikon 35 mm.

Como o mercado de Belo Horizonte era muito pequeno, mudou-se para o Rio de Janeiro em 1984, onde trabalhou com fotojornalismo. Fotografou os garimpeiros em Serra Pelada e, em 1989, fixou-se novamente em Belo Horizonte, direcionando-se para a fotografia de moda, com o produtor de moda Paulo Rossi, realizando editoriais para cadernos de moda. Fotografava em preto e branco e fazia a revelação dos filmes e cópias.

Em 1989, foi convidada por Titita Teresa Cristina Motta, jornalista, para fotografar para o caderno de moda do Jornal *Hoje em Dia*. O caderno feminino foi pioneiro na impressão colorida nos jornais de Belo Horizonte, e Ilana fotografava em cromo (filme colorido positivo), que proporcionava melhor qualidade para impressão. Como os custos eram mais altos, apenas algumas páginas eram impressas com fotos coloridas. De 1990 a 2000, produzia suas fotografias em um processo quase artesanal no laboratório. Lansky trabalhava de forma autônoma e, para se diferenciar na fotografia de moda, começou a colorir suas fotos. Sempre fotografou em cores e com filmes preto e branco, mas seu ponto forte era o trabalho com PB colorido à mão. Todo o processo era muito lento, e as cópias pintadas demoravam bastante para secar. Gostava de fotos antigas pintadas, mas não apreciava o tipo de pintura utilizado, buscando um estilo mais leve e realista, com seu toque romântico, sem repetir o que os outros faziam. Pintava a pele, o vestido e o buquê, usando diversos materiais, como tinta a óleo e lápis importados específicos para pintar fotografias. Essas características a aproximam dos fotógrafos pictorialistas.

Posteriormente, como a sazonalidade da moda era de apenas duas temporadas por ano, Ilana decidiu fotografar casamentos para ampliar as possibilidades de trabalho. Gostava de fotografar com câmera 35mm e filmes em preto e branco, fazendo cópias 30x40cm com papéis Ilford, Agfa e Kodak N3, que pintava à mão, buscando criar fotos de noivas criativas e diferentes, difundindo seu estilo.

Sendo assim, fotografou muitos desfiles usando câmeras com foco manual, chegando a

usar 20 rolos de filme 35 mm por desfile. Fotografou também com a câmera Polaroid, fazendo interferências nas imagens durante o processo de revelação. Dirigia os modelos, procurando criar imagens em movimento, descontraídas e menos posadas. Fotografava *books* ao ar livre, como nas montanhas do condomínio Retiro das Pedras, e dividia o mercado de fotografia de moda com Ana Valadares, outra fotógrafa bastante atuante nesse período.

Com a chegada dos anos 2000, a fotografia mudou completamente com a ascensão da tecnologia digital. Nós, fotógrafos, tivemos que comprar câmeras novas, acessórios, computadores, programas de edição e aprender a usá-los. Com a tecnologia analógica, uma câmera podia durar muito tempo; o que mudava eram os filmes, acessórios e objetivas. Já com a tecnologia digital, a durabilidade dos equipamentos é bem menor, exigindo trocas e atualizações constantes. Atualmente, Ilana tem experimentado impressões fine art e digitalizado seus filmes e negativos.

Figura 105 - Book Sensual



Modelo na praia da Bahia
Fotografia com filme preto e
branco.
Viragem sépia e colorida à mão.
Luz natural e cores fortes.

Fonte: Ilana Lansky, 2024.

Figura 106 - Modelo Rejane nos anos 90

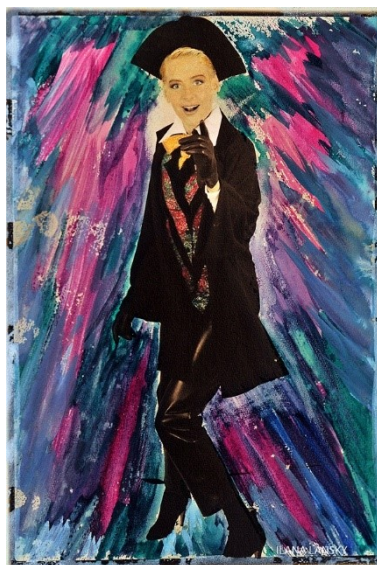


Fotografia preto e branco
Cópia usando um pincel para
aplicação do revelador e flores
pintadas à mão remetem a
técnicas pictorialistas.

Câmera Mamyia 645
Filme 120 mm

Fonte: Ilana Lansky, 2024.

Figura 107 - Foto preto e branco colorida a mão



Anos 90
Produção para “Joaquim
Nogueira”,
Roupas de couro.
Fotografia com filme PB
colorida à mão.
Saturação nas cores e contraste

Delicadeza e romantismo.
Modelos em plano americano,
simetria e leveza.
Luz difusa e suave.

Fonte: Ilana Lansky, 2024.

Figura 108 - Fotos PB coloridas a mão



Fonte: Ilana Lansky, 2024.



Figura 109 - Fotografia digital - anos 2000



Fonte: Ilana Lansky, 2024.

Figura 110 - Desfiles e confecções



Fonte: Ilana Lansky, 2024.

Nota: Fotos de passarela usando câmera digital com teleobjetiva. A profundidade de campo pequena provoca o desfoque no fundo da imagem. Iluminação frontal com flash.

Figura 111 - Fotografia digital colorida



Fonte: Ilana Lansky, 2024.

Figura 112 - Foto digital PB para a confecção Patachou



Fonte: Ilana Lansky, 2024.

- **Márcio Rodrigues**

Márcio Rodrigues é fotógrafo e trabalha com publicidade há 30 anos. Atende grandes marcas brasileiras, além das maiores agências de publicidade do Brasil. É colaborador nas revistas *Vogue* e *Elle*. Em 2009, foi vencedor do prêmio Conrad. Possui fotos no acervo da coleção MASP Pirelli de fotografia, além de coleções particulares.

Figura 113 - Filme negativo colorido - 120mm Kodak 160VC



Fonte: Márcio Rodrigues, 2024.

Figura 114 - Prova de contato



Fonte: Márcio Rodrigues, 2024.

Figura 115 - Cópia em papel fotográfico



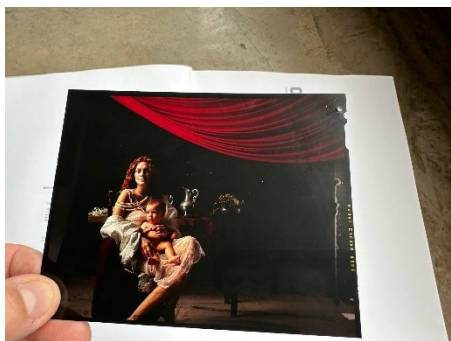
Fonte: Márcio Rodrigues, 2024.

Figura 116 - Filme negativo PB 35mm Kodak Trix 400



Fonte: Márcio Rodrigues, 2024.

Figura 117 - Filme Kodak Ektachrome E 100 V



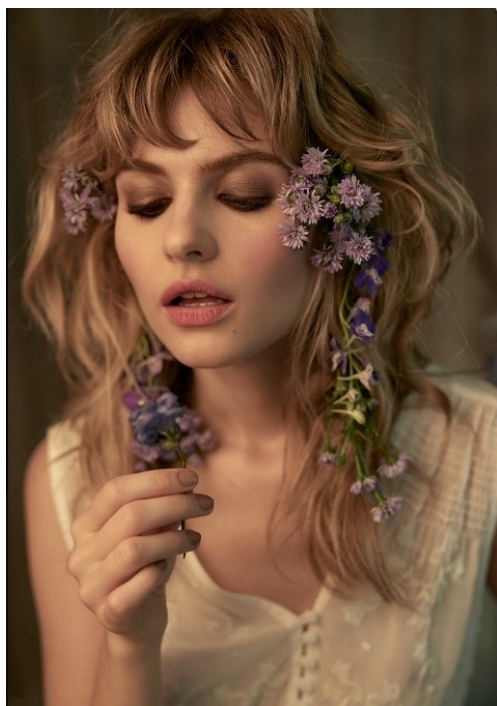
Fotografia analógica de grande formato.
Filme Kodak Ektachrome E 100 V

Produção estilo Renascentista em estúdio
Iluminação artificial posicionada lateralmente acentuando sombras e texturas

Fonte: Márcio Rodrigues, 2024.



Figura 118 - Fotografia digital



Fotografia digital em estúdio
Iluminação difusa e suave Fotografia digital em estúdio
Romantismo A iluminação lateral acentua o perfil da modelo e o contraste com a flor.

Fonte: Márcio Rodrigues, 2024.



Figura 119 - Fotografia digital



Fotografias digitais em estúdio e locação externa.
Imagens mais conceituais.
Poses, expressões e atitudes das modelos menos convencionais.



Versatilidade e criatividade do fotógrafo em ambientes e condições diversas.

Fonte: Márcio Rodrigues, 2024.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa propôs uma análise das transformações tecnológicas na imagem contemporânea, com foco na fotografia da moda, a partir da transição do suporte analógico para o digital. O objetivo principal foi investigar como as mudanças estéticas influenciaram os processos perceptivos e o comportamento da sociedade, considerando a intensa difusão das imagens de moda como um produto estetizado na indústria cultural desde o início do século XX. Partimos da premissa de que esse processo de difusão criou um cenário propício para a construção da narrativa da moda, ao mesmo tempo em que provocou a banalização da linguagem fotográfica.

A importância da fotografia da moda como expressão cultural e social foi enfatizada ao longo da pesquisa, pois, além de refletir os padrões estéticos de cada época, a fotografia transfigurou em ficção os costumes e o gosto vigentes em diferentes momentos da história moderna. Nesse contexto, a questão central da pesquisa foi analisar as principais transformações ocorridas na estética e no ato fotográfico, resultantes da transição da tecnologia analógica para a digital na fotografia de moda.

A evolução do processo analógico para o digital, aliada ao avanço das redes sociais, gerou implicações que vão além da percepção da fotografia na sociedade e do comportamento humano. Essas transformações também influenciaram novos conceitos de imagem, como a transição da fotografia de documento para a fotografia de ficção. Esse processo complexo foi marcado por mudanças estéticas, tecnológicas e culturais, alterando profundamente a dinâmica da fotografia de moda.

Grande parte da fotografia de moda deixou de capturar um momento atemporal para representar um instante específico no tempo. Dois dos principais modos narrativos que emergiram nas últimas décadas foram a influência do cinema e do instantâneo. Essas abordagens criam enredos e narrativas fragmentadas, conferindo às imagens uma complexidade dramática e uma aura de intimidade e autenticidade pessoal.

Uma das transformações mais significativas nesse cenário caótico e dinâmico da fotografia de moda foi a subordinação do vestuário à representação fotográfica do estilo de vida. O vestuário, antes um objeto congelado de beleza, tornou-se um elemento sedutor dentro de uma narrativa visual mais ampla.

Reconhecer o papel central da fotografia na evolução da moda é essencial. Embora a produção de imagens e a prática da vestimenta remontem a séculos, foi na era moderna, especialmente no século XX, que a intersecção entre moda e fotografia se tornou proeminente.

Nesse período, ambas passaram a ser formalmente reconhecidas como agentes centrais na construção das identidades contemporâneas, moldando nossos corpos, sentidos e subjetividades.

Na contemporaneidade, a digitalização modificou profundamente os processos de comunicação social. Nesse contexto, a internet consolidou-se como um espaço de publicação, onde conteúdos específicos podem rapidamente se tornar públicos. A transformação na fotografia está diretamente ligada às mudanças nos modos sociais de produção e circulação de imagens, que ocorrem em um fluxo cada vez mais acelerado. Assim, a fotografia não pode ser vista de forma isolada, mas como parte de um processo mais amplo de digitalização, uma tendência global do século XXI.

A pesquisa partiu de uma inquietação pessoal a respeito das interferências provocadas pelas mudanças tecnológicas no ato fotográfico, no desenvolvimento e resultados da fotografia de moda. O estudo mudou meu entendimento sobre o campo e a fotografia de moda que se tornaram ainda mais dinâmicos, competitivos, interconectados e imediatistas.

Ademais, a metodologia baseada na história oral de profissionais do mercado — como fotógrafos, stylists, diretores de arte e jornalistas — revelou-se fundamental para enriquecer a leitura e interpretação dos textos pesquisados. A dissertação integrou elementos do ensaio crítico e referências da história cultural da moda para apresentar o impacto das transformações tecnológicas na imagem fotográfica. Apesar de ter realizado uma seleção curatorial de renomados fotógrafos de moda internacionais, a pesquisa também examinou produções da cena belo-horizontina, abrangendo um recorte temporal de três décadas.

Ao longo da investigação, foram consultadas fontes primárias e secundárias, incluindo livros especializados e artigos acadêmicos, permitindo traçar um panorama abrangente das mudanças na Fotografia de Moda durante o período analisado. A análise dessas fontes possibilitou a identificação de tendências estéticas, padrões de consumo e impactos culturais associados à transição tecnológica. Essa abordagem teórica enriquece a compreensão da fotografia de moda em Belo Horizonte, oferecendo um arcabouço para entender como as transformações no suporte fotográfico dialogam com as dinâmicas temporais da moda e impactam a construção de novas estéticas e identidades na era digital.

Por fim, a pesquisa enfatizou que a evolução tecnológica afetou não apenas a prática da Fotografia de Moda, mas também a percepção e o comportamento da sociedade em relação às imagens. Ao considerar o contexto específico de Belo Horizonte, espera-se contribuir para um entendimento mais aprofundado dos fenômenos culturais e sociais que caracterizam a era digital na fotografia de moda.

REFERÊNCIAS

- ADVERSE, A. **Moda moderna medida do tempo**: o futurismo italiano e a estética do efêmero. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- AGAMBEN, G. **O que é contemporâneo?** E outros ensaios. Tradução Vinícius Nicastro. Chapecó: Argos, 2009.
- ARC DESIGN. **Revista Bimestral de Design Arquitetura Interiores Cultura**. São Paulo: Quadrifoglio, 2001.
- ASTUTO, B. Peter Lindbergh foi escolhido para clicar a próxima edição do Calendário Pirelli. **Época**, 18 maio 2016. Disponível em: <https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2016/05/peter-lindbergh-foi-escolhido-para-clicar-proxima-edicao-do-calendario-pirelli.html>. Acesso em: 26 abr. 2024.
- AVEDON, R. **Performance**. Ediz. Ilustrata. Rome: De Agostini, 2008. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Performance-Ediz-illustrata-Richard-Avedon/dp/8841851848>. Acesso em; 30 abr. 2024.
- BARTHES, R. **A câmera clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BARTHES, R. **Imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BARTHES, R. **O sistema de moda**. São Paulo: Nacional, 1979.
- BAUDOT, F. **Moda do século**. 4. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- BEHRENDT, S. In the business of selling dreams: working in fashion photography. *In*: SHINKLE, E. (ed.). **Fashion as photograph**: viewing and reviewing images of fashion. London; New York: I. B. Tauris, 1983. p. 100-112.
- BENJAMIN, W. **Obras escolhidas I**: magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BENJAMIN, W. **Passagens**. Belo Horizonte; São Paulo: Editora da Universidade Federal de Minas Gerais; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.
- BENJAMIN, W. Pequena história da fotografia. *In*: BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 91-107.
- BURDEK, B. E. **Design**: history, theory and practice of product design. Basel: Birkhäuser, 2005.
- CONDAX, P. **The evolution of the japanese camera**. Rochester, NY: International Museum of Photography at George Eastman House, 1984.

COSTA, C. N. V. **Fotografia para todos**: a fotografia desvendando o uso de tecnologias contemporâneas. 2013. Monografia (Especialização em Ensino de Artes Visuais) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

DIDI-HUBERMAN, G. **Que emoção! Que emoção?** São Paulo: Editora 34, 2016.

EDWARD Steichen: Capturing the Essence of the 20th Century. **Luxembourg Official**, 29 May 2024. Disponível em: <https://luxembourgofficial.com/edwardsteichen/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

FABRIS, A. **O desafio do olhar**: fotografia e artes visuais no período das vanguardas históricas. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011. v. I e II.

FATORELLI, A.; BRUNO, F. **Limiars da imagem**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

FERREIRA, M. Irving Penn em exposição em Paris. **Máxima**, 22 set. 2017. Disponível em: <https://www.maxima.pt/actual/detalhe/irving-penn-em-exposicao-em-paris>. Acesso em: 30 abr. 2024.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: É Realizações Editora, 2018.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 13. ed. São Paulo: Paz & Terra, 2021.

GAGNEBIN, J. M. Entre a vida e a morte. *In*: OTTE, G.; SELDMAYER, S.; CORNELSEN, E. **Limiars e passagens em Walter Benjamin**. Belo Horizonte: Editora da Universidade Federal de Minas Gerais, 2010. p. 12-26.

GARNER, P. The celebration of the fashion image: photograph as market commodity and research tool. *In*: SHINKLE, E. **Fashion as photograph**: viewing and reviewing images of fashion. New York: Tauris & Co Ltd, 2008. p. 46-53.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, S. Nascimento e morte do sujeito moderno. *In*: HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. p. 23-46.

HO, J. Peter Lindbergh's legacy in photographs and photography. **Luxuo**, 06 sep. 2019. Disponível em: <https://www.luxuo.com/culture/culture-featured/peter-lindberghs-legacy-in-photographs-and-photography.html>. Acesso em: 26 abr. 2024.

IMAGES&VISIONS - 16 anos. 2024. Disponível em: <https://imagesvisions.blogspot.com/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

KISMARIC, S.; RESPINI, E. **Fashion fiction in photography since 1900**. New York: The Museum of Modern Art, 2004.

KOSSOY, B. **Fotografia & história**. 5. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2016.

KRAUSS, R. **O fotográfico**. São Paulo: Editorial Gustavo Gili S.A, 2002.

LEIBOVITZ, A. **Photographs**. London: Thames and Hudson, 1983.

LEITE, E. Estilos de editoriais de moda. **LinkedIn**, 2023. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/estilos-de-editoriais-moda-enio-leite/>. Acesso em: 26 abr. 2024.

LIBÉRIO, C. G. **As mudanças no ato fotográfico com o advento da fotografia digital**: um estudo da experiência do dispositivo. 2008. 118 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LOBACH, B. **Diseño industrial**: bases para la configuración de los productos. Barcelona: Gustavo Gili, 1976.

MARANI, S. Monumental, la mostra di Richard Avedon da Londra a Paris Photo 2019. **Marie Claire**, 24 set. 2019. Disponível em: <https://www.marieclaire.it/bellezza/celebrity-beauty/a29191646/richard-avedon-portfolios-mostra-a-londra-e-paris-photo-2019/>. Acesso em: 26 abr. 2024.

MARCIER, L.; COSTA, C. E. F.; SARINHO, R. T. Entre a fotografia e a moda: do princípio dual à imagem de moda em Steichen e Poiret. **dObras**, n. 36, p. 205-220, set./dez. 2022. Disponível em: http://linda.dad.puc-rio.br/wp-content/uploads/2022/12/fotografia-e-a-moda_Marcier_daCosta_Sarinho.pdf. Acesso em 26 abr. 2024.

MARQUET, F.; HEITING, M. **Helmut Newton work**. Cologne: Taschen America, 2018.

MARRA, C. **Nas sombras de um sonho**: história e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MAUAD, A. M. Através da Imagem: fotografia e história-interfaces. **Tempo**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 73-98, dez. 1996.

MCCRACKEN, G. D. **Cultura & consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

MOURA, M. *et al.* Dinâmicas e relações na pesquisa em design contemporâneo. In: SILVA, J. C. P. *et al.* (org.). **Ensaio em design**: pesquisa e projetos. Bauru: Canal 6, 2013. v. 1, p. 176-207. Disponível em: https://ensaiosedesign.com.br/wp-content/uploads/2021/01/04_10_Monica.pdf. Acesso em: 05 fev. 2025.

MULLER, F. **Arte & moda**. São Paulo: Cosac Naify, 2000.

NEWTON, H. Le dernier style. Vogue (Italie), 1996. **MutualArt**, 30 Mar. 2022. Disponível em: <https://www.mutualart.com/Artwork/Le-dernier-style--Vogue--Italie-/44210745152ED76ED28BE964E4B0270E>. Acesso em: 26 abr. 2024.

NEWTON, H. Woman into man printed in 1984 gelatin silver print. **MutualArt**, 05 Apr. 2023. Disponível em: <https://www.mutualart.com/Artwork/Woman-Into-Man/B9F145D8A933AB70F9586A96AA2B92AE>. Acesso em: 30 abr. 2024.

O PRIMEIRO ensaio fotográfico de moda da história. **Vintagepri**, 05 maio 2015. Disponível em: <https://www.vintagepri.com.br/2015/05/o-primeiro-ensaio-fotografico-de-moda.html>. Acesso em: 26 abr. 2024.

OS GRANDES fotógrafos da história: Richard Avedon. eMania News, 14 jan. 2017. Disponível em: <https://blog.emania.com.br/os-grandes-fotografos-da-historia-richard-avedon/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

PÁDUA, W. **Weber Pádua photography**. [s.n.t.]. Disponível em: www.dablio.com.br. Acesso em: 05 set. 2024.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **Paisagens urbanas**. São Paulo: Ed. Senac, 1996.

POLYZOIDOU, S. Irving Penn: The Surprising Fashion Photographer. **The Collector**, 16 Nov. 2021. Disponível em: <https://www.thecollector.com/irving-penn-american-fashion-photographer/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

RANCIÈRE, J. **O espectador emancipado**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

RESENDE, H. Os melhores fotógrafos de todos os tempos. **Rosangela Fialho**, [s.n.t.]. Disponível em: <https://rosangelafialho.wordpress.com/os-melhores-fotografos-de-todos-os-tempos/richard-avedon/>. Acesso em: 26 abr. 2024.

REVISTA DO ARQUIVO PÚBLICO MINEIRO: **História e arquivística**. Belo Horizonte: Arquivo Público Mineiro, 1896. Disponível em: http://www.cultura.mg.gov.br/files/Arquivo_publico/RAPM_11.pdf. Acesso em: 20 jan. 2024.

SALGUEIRO, M. “As supermodelos originais”. Nova capa da Vogue junta Linda Evangelista, Cindy Crawford, Naomi Campbell e Christy Turlington. **Observador**, 11 ago. 2023. Disponível em: <https://observador.pt/2023/08/11/as-supermodelos-originais-nova-capada-vogue-britanica-junta-linda-evangelista-cindy-crawford-naomi-campbell-e-christy-turlington/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

SCHMITZ, D. O processo de midiaticização e o sonho de ser modelo. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 7, n. 15, p. 24-30, 2014. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/70>. Acesso em: 06 mar. 2025.

SCHMITZ, Daniela. Moda e midiaticização: aproximações e tensionamento. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 11., 2015, Curitiba. **Anais eletrônicos**. Curitiba: ABAPEM, 2015. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquiode-Moda_2015/ARTIGOS-DE-GT/GT07-MODA-E-MIDIA/GT-7-MODA-E-MIDIATIZACAO.pdf. Acesso em: 03 maio 2024.

SHINCLE, E. **Fashion as photography**: viewing and reviewing images of fashion. London: IBTauris & Co Ltd, 2008.

SHINKLE, E. **Fashion as photograph**: viewing and reviewing images of fashion. New York: Tauris & Co Ltd, 2008.

SIMMEL, G. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SVENDESEN, Lars. **Moda uma filosofia**. Tradução Maria Luiza A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. Biblioteca Universitária. **Diretrizes para normalização de trabalhos acadêmicos**. 2. ed. Belo Horizonte: Biblioteca Universitária, 2023.

VIEGA, K. Fotografia, Moda e Arte: 5 Fotógrafos inspiradores que você precisa conhecer. **Acorda Bonita**, 03 set. 2014. Disponível em: <https://www.acordabonita.com/2014/09/fotografia-moda-e-arte-5-fotografos-inspiradores-que-voce-precisa-conhecer/>. Acesso em: 30 abr. 2024.

APÊNDICE A - MEMORIAL DE UM TRABALHO EM CAMPO - EDITORIAL EM JORNAIS DE BELO HORIZONTE NOS ANOS 90

Neste apêndice será relatada a experiência representativa ocorrida no início dos anos 1990 em um trabalho de fotografia que realizei para uma confecção de Belo Horizonte, no qual foi realizado um material de divulgação em jornais de grande circulação na capital e nas lojas. A sessão aconteceu totalmente dentro do contexto da fotografia analógica, fotografando com filmes Preto e Branco (PB) e filmes positivos coloridos (slides) que proporcionam melhor qualidade de imagem para impressão em relação aos negativos coloridos. O trabalho foi realizado em um prédio comercial recém-construído na praça da Savassi, com uma fachada de vidros espelhados cor-de-rosa, que funcionou bem como cenário para as fotos. A sessão fotográfica com luz natural durou cerca de quatro horas, consumindo 10 filmes de 36 poses, aproximadamente, entre PB e coloridos.

Slides para o processo de edição das imagens, Claudio Nadalin, Filme Kodak 5017 EPR –
1993 - coleção particular



Fonte: Acervo Cláudio Nadalin

Os três modelos, dois femininos e um masculino, contribuíram com experiência e profissionalismo, e o maquiador também colaborava na escolha e troca de *looks* e segurando o rebatedor de luz quando necessário. Posteriormente à sessão fotográfica deu-se andamento ao processamento do material, fazendo a revelação dos filmes e cópias PB em laboratório fotográfico e enviando os slides para revelação colorida.

O prazo para entrega do material era de aproximadamente cinco dias. As fotos PB foram apresentadas em ampliações e, para as fotos coloridas, foi utilizado um projetor de slides no

estúdio fotográfico. O tratamento das fotos no laboratório fotográfico não oferecia tantos recursos como hoje, com os programas de edição de imagens, e a escolha das fotos era feita em uma mesa de luz com lupas (Figura 11). Ver os erros e o foco era uma tarefa mais difícil do que atualmente, quando visualizamos as fotos em grandes monitores. As fotos escolhidas foram publicadas em cadernos de moda dos jornais *Jornal de Casa* (1992) e *O Tempo* (1993), conforme mostrado nas Figuras 12 e 13. Tais jornais tinham uma grande circulação em Minas Gerais e funcionavam como uma vitrine para o trabalho das confecções e fotógrafos de Belo Horizonte. Nessa época ainda não existiam a fotografia digital e as redes sociais, logo, a mídia impressa possuía maior alcance. Como ainda não existia a internet, uma boa maneira de pesquisar sobre trabalhos de fotógrafos de moda era consultar revistas importadas, como *Vogue* e *Elle*.

Jornal de Casa



Fonte: Acervo Cláudio Nadalin

Jornal O Tempo



Fonte: Acervo Cláudio Nadalin

A Figura 14 mostra outra foto realizada para o *Jornal de Casa* (1994) que circulava nos fins de semana e trazia um caderno de moda. Moema Tedesco era a editora e a produção era de Bruno Vianna e Carla Estrela. As fotos eram em preto e branco, como a impressão do jornal, e feitas na rua, improvisando um cenário com carros, fachadas e em casas amplas bem decoradas. Os filmes eram revelados em laboratório próprio do fotógrafo, que fazia as provas de contato (cópias positivas dos filmes negativos em tamanho real) para edição, realizando as ampliações.

Jornal de Casa



Fonte: Acervo Cláudio Nadalin

Processo de escolha e revelação das fotos



Fonte: Acervo Cláudio Nadalin

Em relação à produção das fotos, eu contava com a escolha do prédio como locação, onde consegui autorização para fotografar entrando em contato com a construtora responsável pelo edifício, que foram bem receptivos com a minha demanda. Eu visitei o prédio com antecedência para escolher os locais para fotografar e observar a iluminação natural.

A seleção das roupas e acessórios enviados para a sessão fotográfica ficou por conta do estilista Ronaldo Fraga que indicou o trabalho. Além dos modelos: Bia Belumatti, Luciana Nacif e Patrick, Fabrício, do Studio D'Angela, cuidou do *make-up* e colaborou como assistente de fotografia, enquanto eu fazia a direção de cena e escolha dos cenários. Nós improvisamos um camarim para troca de *looks* e passamos cerca de 4 horas fotografando em um ritmo da

tecnologia fotográfica analógica e só víamos o resultado depois do processamento dos filmes em laboratório, muito diferente da tecnologia digital que possibilita ver o resultado das imagens instantaneamente e fazer correções durante o processo. Como a equipe era muito pequena, sem o acompanhamento de diretores de arte, estilistas ou donos da confecção, eu tinha mais autonomia para fazer as fotos e de certa forma maior liberdade criativa, visto que as produções atuais envolvem várias pessoas que acabam interferindo com sugestões e palpites.

Após a realização das fotos, os filmes eram levados para os respectivos laboratórios colorido e preto e branco para o processamento das imagens. Os filmes positivos coloridos (slides) eram revelados em processadora e os filmes e cópias preto e branco em outro laboratório através de um procedimento bem artesanal e demorado. Só depois de alguns dias seria possível apresentar as provas para escolha do cliente e esperar mais alguns dias para entrega do trabalho finalizado. Como ainda não havia as redes sociais, os meios de divulgação das imagens eram os jornais, revistas, catálogos impressos e materiais para as lojas.

Algumas mudanças que observei com a transição tecnológica foram a velocidade de produção e distribuição das fotografias de moda com a internet e câmeras digitais, a grande melhoria da qualidade das imagens fotográficas e a facilidade de fotografar com equipamentos menores e mais acessíveis, além disso, o aumento da quantidade de fotografias produzidas, causando até uma banalização da imagem fotográfica, e maior qualidade do produto final, envolvendo mais pessoas na produção, conceito e acabamento do material.

APÊNDICE B - TRANSCRIÇÕES DOS DEPOIMENTOS DE ESTILISTAS

O evento MODA, FOTOGRAFIA & IMAGEM promoveu o diálogo dos estudantes e da comunidade citadina com os profissionais da imagem no campo moda, evidenciando as transformações da fotografia ao longo das últimas décadas. Aproximando os estudantes dos equipamentos de cultura da cidade de Belo Horizonte, promovendo a interlocução com outros modos de produção de conhecimento. Pretendeu-se pensar a multidisciplinaridade na atuação profissional e colocar em questão o trânsito interprofissional ou transprofissional na ação criativa do campo Moda.

O evento promovido em parceria com o MUMO - Museu da Moda em Belo Horizonte, aconteceu em duas edições, nos dias 29 de junho e 25 de outubro de 2023.

Dentre os assuntos apresentados foram discutidos o mercado de fotografia de moda de Belo Horizonte, as mudanças tecnológica ocorridas a partir dos anos 1990 e experiências profissionais dos participantes.

APRESENTAÇÃO E PROPÓSITO DO PROJETO DE PESQUISA

Profa. Angélica

A pesquisa de mestrado do Cláudio Nadalin e ela tem como recorte pensar a imagem, a fotografia dentro do campo da moda, observando, então, as transições.

Em especial, a transição a as inovações tecnológicas, como a passagem da fotografia analógica para digital e que os impactos. Todo o processo de fruição e recepção das imagens.

E é por isso que a gente está aqui hoje, para a gente colocar essa questão em discussão. Vou falar, rapidamente aqui o escopo do projeto para vocês e para a gente já começar a pensar um pouco essas questões.

Na segunda metade do século XIX, a apresentação de produtos de moda substituiu desenhos e gravuras utilizados nos folhetins e nos catálogos de venda pela fotografia.

Os grandes magazines e os ateliês mais sofisticados de moda introduziram a linguagem fotográfica para dinamizar a apresentação das tendências sazonais e a linguagem da moda e foi, a partir de então, modificada pela verossimilhança das imagens. Posteriormente, o realismo da apresentação da cena foi gradativamente substituído por narrativas simbólicas e ficcionais.

A fotografia também contribuiu para o surgimento de uma nova vertente, a fotografia de moda, ao longo do século XX. A fotografia de moda constitui uma estrutura semântica diversificada, pois além de enfatizar as questões das artificialidades relacionadas à criação e autoria ao estilo.

Também potencializou a poética autorreferencial. Incorporando em sua narrativa uma sintaxe pictorialista, a experimentação por foto montagem, a articulação óptica-temporal.

Isso significou romper com as possibilidades visuais da imagem narrativa literária, introduzindo um dinamismo capaz de deslocar o foco do vestuário da moda para a performatividade da cena, a narrativa visual da fotografia desenvolveu-se não somente como uma vertente.

Ela apresentou como um campo ampliado da composição cênica seja se assemelhando ao teatro, ao cinema e até mesmo a performance. Como resultado, os editoriais de moda entraram no limiar em que fundiam a produção entre as áreas e as linguagens.

A transformação da técnica também foi essencial para a concepção de novos parâmetros visuais na imagem da moda. O ponto fulcral dessas intensas mudanças ao longo de dois séculos se deve, então, às transformações do processo. E aí são várias.

Fotografia em PB, a inserção da cor a passagem dos dispositivos analógicos para os digitais e a partir disso, então, as imagens de moda tornaram-se ainda mais consumidas e popularizadas. Então, a proposta desse evento, “Moda, fotografia e imagem”, é discutir as transformações da imagem fotográfica tendo como ponto central a poética das relações que constroem para a constituição de uma linguagem híbrida no cenário nacional. E, além disso, a gente vai colocar em discussão a própria trajetória que cada um traz e a própria linguagem que cada um desenvolveu. Então, os nossos convidados de hoje.

Então, e eu agradeço a cada um de você e muito obrigado. Luciana Nacif, que é doutoranda em estética e filosofia da arte na UFMG, tendo como tema a moda e sua pesquisa e fez seu doutorado em Sorbonne e mestrado, em ISM, em Paris, graduação em publicidade e propaganda pela UFMG, recebeu diversos prêmios, como diretora de arte em publicidade e no âmbito da moda. Trabalha como diretora de arte

Mariana Sucupira, que é *stylist*, desenvolve trabalho para as principais marcas de moda do país, tendo atuado em empresas e revistas especializadas.

Mariana Sucupira

Aí é, pois é, eu, eu não sou tão velha como eles não, viu? Então eu peguei só o finalzinho, talvez uns 2 anos de fotografia analógica que assim. E o que eu posso dizer da minha experiência que assim no início é quando você tem o filme, né? Você tem contadinhos. Os cliques eram 12. Tem Câmera fica com 12 e Câmera. que eram 10, exato. Aí o cliente dividia. Assim, eu quero 5 cliques por look, aí era assim.

Tinha que ser super assertivo, porque não dava pra errar.

Sim, Polaroid também. Mas assim era uma noção, não era assim muito assertivo, diferente do digital hoje.

Mas, enfim, eu acho que o impacto maior da mudança da fotografia analógica do seu digital é o processo criativo. É quando eu comecei a trabalhar, o Webinho, o Marcinho, eles estavam olhando a câmera e eles viam aquela imagem, e assim estavam assistindo aquela imagem acontecer. Hoje em dia a imagem vai direto para o computador, está todo mundo para na frente, então tem um processo que era muito mais individual.

Mas, assim, depende do olhar de uma pessoa só. Hoje, é um processo totalmente coletivo, todo mundo que está no estúdio da opinião. Ah, mas essa luz não está boa. Ah, essa sombra aqui tem muito contraste, ou então faz isso, faz aquilo. Então eu acho que isso mudou muito a relação com esses profissionais tem no set

Eu acho que, assim, eu como *stylist* para mim, a ascensão da minha profissão está muito ligada à questão da fotografia digital.

Mariana Sucupira

Exatamente, então a gente tem vários formatos de trabalho, não é assim, quando a gente tem a Lu como diretora, ela que vai coordenar tudo. Agora, assim, às vezes ela não tem cliente tão poderosos, e aí a gente tem que se virar e aí eu e o Marcinho, o Webinho, a gente se torna os diretores de arte, Claro, sem querer desmerecer.

Luciana Nacif

Quando era mais nova, eu era tipo assistente de laboratório do Odilon. Odilon foi um fotógrafo de moda superimportante em Belo Horizonte nos anos 80, ele passava o fim de semana praticamente todo no laboratório trabalhando revelação.

E eu comecei a aprender com ele. Então eu ia para o laboratório do Odilon e a gente passava sábado e domingo, o dia inteiro lá com a luz vermelha e eu aprendendo o que depois eu fui fazer no Photoshop e eu aprendi a fazer com ele. Então era que tipo de exposição, como que a gente processa, como é que a gente protege, o que é que a gente pode acelerar, o que é que a gente pode diminuir, enfim.

O processo era mais transparente do que é hoje, eu tenho certeza que para os meninos também era transparente, porque quem fazia realmente fotografia sabia mais ou menos o que é que cada lente significava em termos de física, da luz, sabia o que é que isso impactava no filme, da sensibilidade do filme e sobre a abertura que ele tinha que colocar. E como que ele tem que se revelar então? Esse processo era transparente

À medida que o digital chega, eles perderam completamente esse controle, porque na hora que eles clicam o que tem no software e esse software vai colocar uma imagem na tela, parece a mesma. Só que não é, o processo agora é outro e esse outro eles não sabem e o que. a gente viveu, entendeu, é quem está hoje, é totalmente diferente, ninguém sabe que isso existiu.

Deixa só situar vocês um pouquinho, porque assim é no set, que até para a gente é uma grande mistura. Eu vou começar porque eu seguinte, a roupa que chega pra gente, fotografar muitas vezes, a maior parte das vezes chega uma roupa mal cortada, mal modelada, igual a tudo o que a gente vê em todos os lugares, nenhum diferencial. E é justamente nesse momento que ela vai se tornar moda, que ela vai se tornar desejável e que ela vai ganhar. Identidade, porque aquilo que não é fotografado, não tem sua identidade autenticada e não existe na moda exatamente isso.

Antigamente a gente fotografava um conceito. Qual que é a conceito dessa coleção? E daí a seis meses de novo outro conceito, essa coleção é sobre isso. Mas o cliente ia na loja ou ia no show room, via roupa e comprava a roupa. Agora não, tudo tem que ser fotografado de frente, do lado, de costas, porque se não for, não existe e muitas coisas que são fotografadas, só depois serão decididas se serão produzidas ou não.

Então, muitas vezes o cliente fotografa para depois, pensar, se ele vai produzir ou não. Então a roupa que ele trouxe de outro e que ele ainda vai copiar. Enfim, essa roupa, muitas vezes ela tem uma qualidade muito baixa e na hora que ela chega no set, aí começa a feitiçaria

A modelo é uma preferência, não é? A gente sempre tenta que ter uma modelo muito bacana e a Mari pensa naquela beleza que vai deixá-la mais linda ainda. Eu penso numa cena é ou numa locação que vai ser também meio mágica. Aí o fotógrafo vai fazer aquela luz que vai deixar, vai criar uma aura e a gente a coloca numa situação única. A roupa é toda ajustada do corpo dela, quer dizer, na hora que ela vira para fotografar de lado, e muda todos os ajustes, e o que vocês vêm, no final das contas, não existe.

Então, a gente cria esse mito. Eu falo que a gente fica fazendo esse feitiço, porque, na verdade, assim o produto poderia ser qualquer outro. Mas é esse feitiço que cria o que, no final das contas, é a gente chama de moda. Então essa é a importância da imagem de moda.

Enfim, existem várias formas de você entender o conceito de moda. Então, acho que seria até uma questão que a gente precisaria discutir, né? Porque a gente precisa de moda e a moda pode ser entendida como uma instituição, são agentes atores, instituições que chancelam. À medida que eles chancelam, eles legitimam e falam isso é moda, e isso não é.

E é praticamente a imagem que vai fazer criar esse mito da moda. Então, a roupa tem um papel até de uma certa forma, um pouco secundário na criação desse mito. Quando a gente recebe uma roupa maravilhosa fico até espantada, Deus, meu Deus, existe? Que coisa maravilhosa, Mari, obrigada Mari, obrigada porque eu nem acreditava mais

As pessoas estão pouco acostumadas. Se a foto vai salvar se a roupa, quando a gente começou a trabalhar o nível era maravilhoso. Eu comecei a trabalhar na época do grupo mineiro de moda.

Então, assim, era lindo o trabalho deles, porque, nesse momento você fala assim isso realmente é algo especial, mas as imagens são maravilhosas

É então, assim, a imagem que deixou de ser analógica, com esse tempo, que a gente estava descrevendo é com esse cuidado. Ela passa a ser uma imagem digital, que a gente chama de imagem, fluxo, antes era imagem, objeto, agora é imagem, fluxo. Ela, ela entra na rede e ela passa e ela passa muito rápido e com ela passa moda. Então é tudo muito rápido. Se a gente fotografava 12. looks por coleção 2 vezes ao ano. Hoje a gente fotografa 180 looks, por dia e todo mês, frente lado de costas, então assim é, não é culpa, responsabilidade do empresário de moda, ele está dentro de uma mudança técnica, arrebatadora e que eles, inclusive, sofrem muito com isso. Eles já não sabem mais qual é a velocidade que eles têm que responder. E eles já sabem que não basta produzir a roupa, que eles têm que produzir a imagem e que a imagem é que vai definir a venda. Então é, é muito complexo, né?

Depois de começar, eu queria só engatar aqui com algumas discussões e que é o seguinte, Eu ainda discuti a imagem técnica de moda, quer dizer, fotografia. E aí um filósofo amigo meu, vira para mim no meio da rua e falou que, meio assim, conta para mim, o que é que é moda mesmo? Aí eu fui repetir tudo que eu sempre ouvi. Aí diz é só isso, é moda, nunca teve moda antes, mas essa dúvida me deu uma angústia. passei seis meses procurando saber que era a moda Foi um período que eu estava na França fazendo meu mestrado sanduíche, e aí eu saí perguntando, falei, alguém vai saber, eu perguntei para o presidente da Câmara de alta e costura e aí ele ficou mal-humorado, e ele falou assim, moda é um produto criativo. Aí eu falei, mas qual é o produto? Aí ele mudou de assunto e eu fui perguntar para outro, ninguém me respondeu direito, até que eu perguntei para a diretora da escola, e ela respondeu, assim, maravilhosa, Moda é um mecanismo de poder. E eu falei, ah, fiquei mais satisfeita. Então assim, é quando a gente está aqui, nesse espaço maravilhoso que eu não conhecia, morro de vergonha de falar isso Eu acho que seria muito bom a gente parar para pensar sobre essa questão, onde a gente está pisando, não é?

O que é moda para cada um de nós, porque eu não acredito na verdade universal. Então, eu acho que vai depender muito do ponto de vista do ponto euro centrado a história que a gente ouve e que a gente vive na moda o tempo todo, que a moda nasce com a modernidade e que a moda, é diferente da roupa, roupa, toda a sociedade tem mais à moda, não, a moda. É algo que nasceu na região da Borgonha, por causa do comércio, era uma rota de comércio e tal, mas nasce com o capitalismo Partiu de lá e tem mudanças muito frequentes, diferentes das outras sociedades que não mudam, de outros pontos de vista decoloniais.

Qual que é o ponto? mas espera aí. Existe modernidade sem colônia? Existe indústria têxtil na

Inglaterra, sem plantação de algodão em território indígena, com mão de obra escravizada. e aí eles começam a revelar que essa moda que a gente entende, essa mecânica da mudança. ela só existe porque tem um outro lado que é ocultado, que é o lado dessa colonialidade.

Obscuro, né? Então vou parar de falar dessa exclusão, que vocês têm moda e de que o outro não tem. Se vocês estão no tempo da moda na metrópole e que os outros estão no passado, que são atrasados, que são defasados e que estão parados na tradição, e quem diz que a tradição é parada no tempo, então, são todas ideias que começam a ser questionadas com esse movimento. E fizeram parar e pensar assim, meu Deus, e agora, para onde que eu vou? Vou discutir a moda em todo o ponto de vista decolonial, que ver moda como uma pluralidade e começa a mostrar toda essa área que é escondida, que são essas áreas de exclusão, para onde é que vai a roupa que é descartada, de onde é que vem o couro, que está na bolsa de Lui Vuiton, et cetera, et cetera, et cetera. Mas era isso que eu queria discutir,

E aí eu encontro outro conceito que fala assim, a moda é um sistema de legitimação e a legitimação passa pela imagem

Então, foi maravilhoso, porque, assim, eu estou trabalhando em cima de um conceito que para mim faz muito sentido e faz sentido para minha realidade. Por exemplo, é, olha só isto aqui.

Ela é mesmo um sistema de legitimação ela não é menos esteticamente, mas isso aqui tem uma passarela, tem as modelos, tem fotógrafos, tem as revistas, quer dizer, tem toda uma cadeia de legitimação e isso eu acho que faz muito sentido.

Então foi para falar assim, que o papel dessa imagem, de moda que a gente faz, ele é central. Eu percebo uma cena como diretora de arte. A Mari vai pegar uma roupa e vai fazer dela uma obra de arte, o Weber e o Marcio vão fazer imagens maravilhosas.

E aí a gente é como no início a. Angélica falou dessa história, Da ilustração, a importância da ilustração e da passagem da ilustração pra fotografia. Aí eu pego esse gancho, dessa passagem no início, do século XX anos, 20 anos 30. A gente tem Man Ray, por exemplo, com fotos que marcaram época, só que ficaram no imaginário de todo o mundo, fotos analógicas .

Grande parte das pessoas que estão próximas do universo da moda se lembram de alguma foto. Uma outra foto maravilhosa é de Richard Avedon, de Edovima, que é uma modelo emblemática. Com os elefantes. Essas fotos, elas, elas são fotos de uma época em que a gente podia parar nelas. Eu falei, deixa eu procurar uma foto aqui para comparar e fiquei procurando, procurando, procurando, procurando passar por um, passar por outro e não consegui achar nenhuma foto definitiva. Não existe mais foto definitiva, existe um fluxo de imagens ainda em 2019, isso mudou muito.

Um grande volume de fotos circula nas redes. Só que elas desaparecem muito rápido e na hora

que uma desaparece, tem outra, tem outra. Então é isso, virou esse fluxo. E na hora que a gente bate ali que a gente percebe que não para mais. E isso sem falar das imagens que são produzidas. E com artistas que dominam, e que trabalham. É o código dos aplicativos de AI e as terminações são assim fascinantes. Aí comecei a experimentar com a inteligência artificial virei, fotógrafa, Aí, olha só, o que que é isso? Eu estava querendo fotografar ainda. com modelo preta é, eu escrevo um texto.

Pronto. E aí, começa a me trazer as imagens. Mas é uma a experiência alucinatória. Primeiro, eu não entendo nada do que está acontecendo. Se antes eu entendia o que se passava dentro da câmera e depois com o digital, eu perdi completamente a noção. Agora não tem noção nenhuma do que está acontecendo.

É um aplicativo que está dentro de uma rede social que eu faço uma descrição e nessa descrição eu viro fotógrafo específico, câmera lente ângulo, luz, absolutamente se enquadramento em tudo, eu especifico tudo e aí ele vai me aparecendo com sugestões e eu vou dizendo sim, não, sim, não quero mais isso, quero mais aquilo. E no final a gente tem imagens fantásticas, alucinatórias, mas assim com seríssimos problemas também.

Essa história, sim, é um absurdo quando eu estava criando com modelos brancas, estava tudo aqui, mulheres lindas. Aí eu quis fazer com orientais. Aí deu certo. Aí eu quis mulheres mais leves. Aí deu certo também. Aí eu fiz mulheres pretas. Aí aparecia assim, só modelo de costas, não tinha um rosto colhível no banco de dados.

E aí, porque assim não é um rosto que existe, não? Eles fazem composições.

E elas vinham todas de costas, com as mesmas edições que eu fazia para as brancas. E depois eu, resistindo muito, eu falei, não, então não. Pedi preto. Eu vou pedir *very dark* e aí, o que estou vendo é a mulher branca maquiada de preta. Ou quando eu conseguia, os rostos eram indefinidos, eram caras amorfas. Eu estava até discutindo isso com um colega meus esses dias. É, o problema é social, não é? Então assim, no banco de dados não tem referência dessa beleza. Preta.

Muito louco, enfim.

Agora, o que me deixa mais desesperada nessa experiência. É questão de autoria. E essa foto é de quem? Minha que não é. Eu estou só fazendo a descrição E a outra coisa é essa Liberdade que você tem para compor alguma coisa e a gente não entende mais nada do que está acontecendo ali dentro. E o mais louco é que tudo é sintético.

Mariana Sucupira

Se você for continuar nisso, então você não precisa de uma legitimação, A não ser que tudo que a gente conhece como é hoje, ele não exista mais, Então, eu acho que pode ter aí o tanto que for, mas se você ainda precisar, de uma legitimação ou do que é bonito, do que é feio, vai

continuar por aí.

Luciana Nacif

Mas aí vou te contar uma outra história triste é, eu conheci um fotógrafo em Paris e ele fotografava pra essas marcas grandes e tal.

Eu estava visitando um estúdio da Louis Vuitton e que o fotógrafo responsável, me disse para ele que eles estavam procurando quem podia fazer 1000 fotos de produtos por mês sem modelo e sem fotógrafo. Não é still,

Mas eu pensei, é com inteligência artificial, é isso?

A RELAÇÃO DO TEMPO COM A CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E PÓS-PRODUÇÃO NA FOTOGRAFIA DE MODA

Profa. Angélica

Eu ia colocar, né? Próxima questão de pauta era exatamente essa, interlocução do tempo em relação à criação, produção e pós-produção.

Luciana Nacif

É a gente. A gente fazia muita pós-produção, mas quando a coisa ainda era um pouco mais artesanal, a gente pegava uma imagem, depois tratava, as vezes montava, com outros cenários, etc. Mas, agora que é tão automático, o tempo é o seguinte, a gente fotografou 180 looks hoje e daqui a 10 dias isso tem que estar publicado. Então a gente manda para umas pessoas que a gente nem sabia como que elas fazem, não é?

À noite, e no dia seguinte está todo tratado.

E aí, O PDF está pronto? Então, é um crescente processo de automatização.

Hoje em dia, talvez por causa dessa overdose de informação de fotografia o tempo todo é a gente deve esse movimento, na arte, todo mundo, então eu acho que assim, isso só para ilustrar que a gente vive movimentos singulares, Então, ao mesmo tempo que isso vai acontecer no âmbito da indústria, do comércio, da fotografia, você tem um outro lado, fazendo contraponto, voltando um pouco. É, eu estou eu estou colocando essa angústia, porque é o que eu estou vivendo. Mas eu acho que tem outros caminhos, isso não é obrigatório. É, é uma grande tendência, mas não é o único caminho. Tem outras coisas, outros movimentos acontecendo em paralelo. Então nem tudo está perdido. Mas é nisso, não é?

Profa. Angélica

Bom, como a Luciana tocou aqui nessa questão da inteligência artificial eu gostaria então perguntar para vocês a respeito dos erros?

Porque a gente sabe o quanto foi importante na fotografia o erro do fotógrafo. Como que a gente lida então com essa questão do erro?

O erro do fotógrafo humano porque a inteligência artificial foi criada para não ter erro, para passar ideia para gente que tudo é perfeito, não. Mas o erro é tão legal, né?

Luciana Nacif

A gente faz alguma foto assim. Ela vai ficar aquela coisa sem graça, sem graça. Aí o fotógrafo resolve mudar completamente ou balançar a câmera, ou passar uma pomada na frente da lente. Ele *hackeia* o sistema e aí a foto sai. Quer dizer, é justamente esse sistema que já está todo previsto, todo formado ele quebra com isso, é aí que aparece o maravilhoso.

Profa. Angélica

É. E essa questão mais orgânica é o que eu acho que vocês trazem aqui para a gente pensar a imagem. E algo que inquieta é que talvez a nova geração, por vivenciar esse aqui agora e talvez pelos pouco apreço e afinidade com a história das imagens.

Eu acho que não fazem distanciamento da sua linguagem pessoal. No Instagram a gente vê muito isso, E do trabalho que muitas vezes desenvolve. Então eu chamo atenção para os jovens fotógrafos, que eu já conversei sobre isso. Então, o que a gente vê muito é um jovem fotógrafo. Muitas vezes, a mesma maneira que ele utiliza a mesma técnica, o olhar que ele utiliza para as imagens que ele faz do cotidiano, ele utiliza quando ele vai fazer o trabalho para alguém.

Então, eu acho que esse é o grande perigo da contemporaneidade, porque é não está sendo pensada a construção de uma narrativa e de uma linguagem, ou seja, da autoria.

E eu acho que vocês que são a velha guarda, vocês trazem essa questão da assinatura e eu gostaria que vocês falassem um pouquinho sobre isso.

Luciana Nacif

Ah, exato. E quando eu parei para pensar o que eu fiz muito diferente dos últimos anos, tem dificuldade, tem muita dificuldade. Mas assim, se eu for pensar a longo prazo, teve o momento de a gente fazer uma viagem de muito tempo, fazer um catálogo de 18 fotos que demorou 10 dias e que foi inesquecível, mas nos últimos anos, ficamos direto na roda viva.

É, mas eu acho que a gente não, não precisa ficar no saudosismo. Eu acho que existem espaços para a gente pensar essa diferença hoje, A gente entra na engrenagem.

Mariana Sucupira

A gente já está passando o bastão a gente já era, entendeu? É óbvio que a gente tem saudades de como as coisas eram quando. A Gente, começou.

Mas acabou, não tem volta, não é? As pessoas jovens, elas cresceram com o telefone, elas têm outra sensibilidade para elas, a autoria não é tão importante como é para gente, entendeu?

Então assim o mundo vai mudando e eu acho que a gente tem que estar aberto para perceber sem protecionismo.

Porque a história é importante para mim, referência, claro, mas assim?

mas nem sempre a história foi assim, intensa. Na idade média, eles destruíram tudo que os árabes fizeram, entendeu? Os gregos, os romanos, os árabes guardaram, e, de repente, houve uma época que eles começaram a redescobrir aquilo. Eu acho que a história está cheia de exemplos para mostrar que tem coisas que, de repente, são valorizadas.

Depois, são resgatados séculos depois. Então eu acho que a gente tem que pensar muito nisso, sabe? Porque o nosso tempo aqui é pequeno. E a gente tem que aproveitar e tentar fazer o melhor. É lógico que eles vivem num carrossel de trabalho, de agendas cheias. Tem um monte de coisas chatas que você tem que fazer, mas todo trabalho é assim, a gente vai fazer 10 trabalho chatos e 2 maravilhosos, assim eu acho que talvez seja um pouco realista pensar que poderia. Ser diferente assim.

O mercado tem camadas, não é? Acho que tem que encontrar o melhor de cada época. Mas agora eu acho que a democratização é maior. Mundo tem uma voz.

Todo mundo pode gostar de alguma coisa, pode fazer a curadoria das suas imagens, do que gosta, então eu acho que é positivo, antes, era um pequeno grupo definindo que é bom ou que é ruim agora todo mundo tem voz. E foi uma coisa boa, né?

Luciana Nacif

Que tem a ver com uma informação nova. A gente não ficar o tempo todo repetindo fórmulas. não é resgatar o passado, mas trazer algo de novo,

Que eu acho que assim, às vezes essas coisas fazem a diferença.

E o nosso dia a dia, mas parece uma engrenagem de uma máquina porque cada vez que tem uma mudança importante, tecnológica e dá essa angústia, porque a gente sente que perde relevância. Então, tem coisa pior do que perder relevância. Tipo assim, tu precisas de mim.

Qualquer pessoa pode entrar nessa engrenagem no meu lugar.

Mas eu acho que aí é que a gente tem que pensar qual que é o espaço que a gente quer ocupar para fazer alguma diferença

CRIATIVIDADE E AUTORIA NA PRODUÇÃO DA FOTOGRAFIA DE MODA CONTEMPORÂNEA

Profa. Angélica

A questão da autoria justamente emerge da prática criativa, a criação, quando o sujeito é capaz

de pensar de uma forma singular e de através desse pensamento agir. E aí a gente tem que lembrar o sentido da arte, né, de ter. Porque exatamente uma concepção de um conhecimento que é gerado ali no ato em si mesmo da criação. E muitas vezes o que eu me questiono, reproduzir a mesma cena do café da manhã na sua casa e depois utilizar a mesma luz para um cliente ou a mesma luz para um trabalho pessoal, existe um, conhecimento sendo gerado nessa prática.

Essa questão que eu deixo para gente, para os mais jovens.

Luciana Nacif

Eu acho que isso acontece o tempo todo, mas a gente está sempre procurando uma perfeição que, na verdade, é instituída. Então aí a gente vai fazer de tudo para que essa diferença não apareça, enfim, eu acho que tem toda uma programação da cena.

E aí é uma programação que está além assim da nossa consciência, de que a gente precisa controlar os processos e poucas vezes a gente deixa escapar, assim, quanto mais profissional, mais você controla.

Mariana Sucupira

Vezes acontece, eu acho que também é, faz diferença. A escala do trabalho não é o tamanho do cliente, o número de looks que você tem para fotografar, não é assim, se você tem um cliente mais tranquilo, é esse tipo de coisa. Acontece, ele fala, nossa, que ótimo, não é, gostei. Agora, se você já tem uma ideia, você tem uma voz, você tem uma luz

Então, depende muito do trabalho. A verdade é que é tudo muito intuitivo, por mais planejamento que você tenha. Sabe? Cada trabalho tem seu ritmo.

E é tão engraçado que essa questão da velocidade assim os fotógrafos nem usam mais a Hsselblad porque demora né? Ó, click. O clique é lento onde já se viu um clique lento, né? então não dá.

Luciana Nacif

Assim, e hoje eu não sei se se a gente está correndo atrás da roupa ou se a roupa está correndo atrás da imagem, porque às vezes aqui é sensação de que o cliente está ficando mais enlouquecido do que a gente e está produzindo em uma velocidade mais acelerada ainda. Então é, não sei, às vezes eu tenho a sensação de que. eles não estão dando conta desse tipo de velocidade também.

Mariana Sucupira

Gente, mas tem todo esse tipo de cliente. Eu tenho um monte de clientes que são ótimos fazer, que é pura diversão. Daqueles com quem eu tenho mais afinidade e que dão mais liberdade. A gente tem alguns clientes que mandam a roupa e só vão saber o que vai acontecer quando eles

chegam lá no estúdio.

É, tem cliente que nem sabe, não quer saber, só manda foto. E aí, gostou? Gostei, não é assim também. É ruim ter essa responsabilidade, é maior quando ele não gosta, né? Mas acaba que tem uma relação de confiança.

Luciana Nacif

Esses dias a gente a gente ficou desesperada porque começaram a chegar caixas e caixas de roupas. A gente não fazia nenhuma noção.

Coordenação zero. Mas assim, era uma coisa do outro planeta. Eu olhei e falei assim, meu Deus, que que a Mari vai fazer? A gente tinha 3 cenários, 3 luzes, 3 modelos. Para a gente fotografar durante o dia já era uma dificuldade. A complexidade era grande.

Mariana Sucupira

A gente é como se fosse uma orquestra, entendeu? Cada um faz essa parte. A luz chegou lá, tem que dar, sim, esses elementos de ligação, que eram cenários, né? Porque assim a cliente, ela faz esse pedido, ela começa em um lugar e termina em outro. Então, assim, eu, quando a conversa aconteceu com a Lu, ela estava num lugar, né? Então ia ser uma coisa meio, Retrô e, de repente, a gente estava em um resort na Bahia. Tem nada a ver, mas os cenários não fazem isso. Já unificam a história. A luz também, mas enfim, cada trabalho funciona de uma maneira.

E então, eu acho que isso depende muito do tipo de cliente, assim, você tem aquele tipo de cliente que faz uma roupa que realmente não tem uma identidade, não tem jeito de ter com a velocidade que ele produz, então o nosso trabalho é criar uma história e colar naquela roupa. Então trabalho mais assim. Agora é o que a gente mais faz junto, mas no final acho que a gente acabou conseguindo, Agora assim, eu tenho clientes também, que já tem uma roupa, que a roupa tem uma história, que ela te diz alguma coisa, você chega lá, ela tá fazendo o papel dela. Então Converso com Marcinho é assim assado, leve, pesada e a gente segue numa ideia, mais ou menos junto.

Às vezes o cliente não tem um fotógrafo. Você escolhe o fotógrafo de acordo com o perfil daquele trabalho, não é? Então, assim, a gente sabe que, essas roupas tem a sua cara, a cara da luz, do fotógrafo E, olha o mercado de Belo Horizonte tem um monte de defeitos, mas uma coisa boa é que ele não é muito grande. Então você tem a oportunidade de trabalhar com as mesmas pessoas sempre.

São pessoas com quem você tem vínculos, não é? E você tem coragem de falar, não, eu não acho que isso é bom, eu acho que a gente pode mudar aqui. Então esse tipo de intimidade que essa é limitação do mercado tem. No final das contas, acaba sendo uma coisa positiva. Assim, você trabalha em São Paulo a cada dia, você está com uma pessoa diferença, não sabe se você

pode falar que isso está bom, ou será que você pode melhorar isso ou aquilo. Então eu acho que isso também acaba sendo positivo.

É também, mas é limitado, porque, quanto mais pessoas criativas você conhece, melhor é pra você. Por outro lado, se você tem oportunidade de melhorar o seu trabalho, porque você tem intimidade com aquele profissional, também é uma coisa positiva.

É, eu acho que com a questão das mídias sociais assim, até o editorial da revista não tem mais a mesma função. As marcas entregam look pronto, se quiser fotografar é esse look, você não pode misturar minha roupa. Então aquela ideia, que a gente tinha no passado de a fazer propostas com marcas diferentes, nem isso existe, mais Só tô dizendo a função do editorial tem. Ele quase que virou um anúncio pago.

Um pouco isso, entendeu? Ele não é mais assim. Um ensaio ou assim, uma proposta Ele é um anúncio que você tem um pouco mais de liberdade para fazer. Eu acho que, no final das contas, é uma campanha menos institucional.

Luciana Nacif

Então, por exemplo, a gente está fotografando a roupa está péssima, a costura que tem que estar na lateral foi para trás e deformou o vestido. E aí assim, diante das circunstâncias, ele acaba tendo que se calar. Porque se ele for falar, ele vai falar e é isso. Ele fala a verdade, e a cliente fica ofendida.

Quer fotografar o modelo 44, no modelo que é 36, e quer que tudo dê certo. A gente tem que fotografar, e no final das contas, ele é silenciado.

Poder ter esse tempo que a gente não consegue tirar, mas é que eu nem consigo fazer porquê de vez em quando eu experimento assim fazer algumas peças para ver o que dá. Mas o problema é que a gente não tem essa disponibilidade, sabe de ir na fábrica de tecelagem que possam experimentar com a gente. Tudo tão padronizado, né? A gente tem os mesmos tecidos, as mesmas composições, mesmas cores.

Então, assim, dá para criar, dá para fazer um tingimento, mas está sempre em cima de uma base já muito industrializada. Eu tinha vontade de poder desenvolver algo que fosse da trama até a imagem, porque acho que, eu sinto falta de trabalhar algo que venha antes disso. Sabe se tem realmente, uma matéria-prima que tem uma história. Depende do tempo de fazer uma composição com alguém que possa fazer essa produção de tecido mesmo. Pode ser em qualquer lugar, pode ser uma rendeira, pode ser o tear, sim, eu acho que é, é só ir atrás disso, né? É se dedicar a esse projeto, mas é possível.

Assim, eu acho que eu precisava de ter tempo livre para as ideias aparecerem.

Mariana Sucupira

Que quando você não exerce a sua criatividade, você vai ficando um pouco deprimida, sabe? E vai te dando uma angústia assim. Então, eu tento fazer com que outras áreas da minha vida tenham isso que eu levo para o meu trabalho também. E assim eu acho que a vida fica melhor. Ele precisa de um tempo Que Liberdade demora.

É, e assim as coisas ficaram mais organizadas, né? Antigamente assim, eu tinha um tempinho livre, eu falei: “Ah, vou ligar para tal pessoa em tal confecção”.

A gente já tem que ligar, eu tenho que marcar com a menina do marketing, um horário. Aí eu vou ver o que ela tem disponível no mostruário. Então, é tudo mais burocrático, sabe? eu acho que isso é também, um pouco o nosso trabalho, né? Não é mais natural. Hoje em dia não. A gente tem que planejar tudo.

APÊNDICE C - TRANSCRIÇÕES DOS DEPOIMENTOS DE FOTÓGRAFOS

Segue as falas dos fotógrafos mediados pela Profa. Angélica Adverse.

Talk: Moda, Fotografia e Imagem.

APRESENTAÇÃO

Márcio Rodrigues

É fotógrafo de moda e trabalha com publicidade há 30 anos. Atende grandes marcas brasileiras, além das maiores agências de publicidade do Brasil. É colaborador nas revistas Vogue e Elle. Em 2009, foi vencedor do prêmio Conrad. E possui fotos no acervo da coleção MASP Pirelli de fotografia, além de coleções particulares.

Weber Pádua

É graduado em design gráfico e fotografia pela escola Guignard. Possui livros publicados. Participou de várias mostras de fotografia no Brasil e na Europa, o trabalho fotográfico transita entre a moda e a arte, observando a street wear as subculturas urbanas, a arquitetura e o modo de vida nas cidades.

Segue então a fala para os vossos convidados, colocando em questão esse primeiro ponto, que são as transições. desse processo de construção da imagem e gostaria de ouvi-los a respeito.

A MUDANÇA TECNOLÓGICA PARA O MEIO DIGITAL

Márcio Rodrigues

Oi. Boa noite, primeiramente, muito obrigado pelo convite. A gente trabalha juntos, já quase sei lá 30 anos, e é a primeira vez que a gente se encontra, que reúne nós 4 num projeto. Mas a gente já trabalha no mercado já há tanto tempo. A gente teve o privilégio de passar por essa, mudança que houve da passagem do analógico para o digital, a gente viveu, uma, acho que em cada um, metade das nossas, das nossas carreiras, usando analógico.

Outro dia eu estava uma palestra. Aí um aluno perguntou assim: “Ah, você usa analógico”. Eu falei: “analógico é coisa de jovem”

E ele viveu, ele está na moda, não é? Todos querem é, é voltar a usar, então é, então é um privilégio. Agora a gente faz uma nova revolução, que é da rede social, não é?

Weber Pádua

Então eu acho que a gente vai ter muito assunto para falar, mas já que é um bate papo, eu vou intrometer, eu documentei isso em livros. E fiz a metade com fotografia analógica e outra metade com a digital, o que é difícil.

Eu fui muito criticado.

Não é porque aí está igual à revista Fotografia Popular.

Te perguntar como que você lembra? Filme tipo, né?

Eu lembro do filme, da empresa assim, kodak e Fuji Chrome as 100 e tal. Aí eu falei assim, como é que você lembra o filme que tu usaste? Olha como é legal? Essa pergunta é boa, né? Eu pego o negativo e leio nele.

Que é físico? É legal. Quando você não viveu essa época, não existe essa relação.

Então isso é muito legal, porque essa transição eu quis fazer isso, porque a gente viveu nessa época.

Pergunta como é que você lembra que filme você usou, pô, o teu filme aqui, o negativo pode ter sido, Chrome e tal. Então isso é legal porque, né, o fotógrafo que está hoje e já não sabem como é que eu lembro, então já virou uma coisa do passado.

Já documentou, então eu também agradeço de estar nessa época. Eu acho que a gente tem assim 100 anos para frente.

Márcio Rodrigues

Acho muito difícil a gente dizer se foi uma mudança para melhor ou para pior assim, né? Não tem essa nostalgia? Ah, piorou. Eu acho que cada um dá cada um dos sistemas tem as suas vantagens. Suas desvantagens, não é.

Uma parte depois da concepção da imagem que antigamente tinha,

Weber Pádua

Quem Sofreu mais nesse processo fomos nós os fotógrafos; A gente tinha a faca. O queijo na mão.

Márcio Rodrigues

O fotógrafo tinha um poder assim de diretor, né, que hoje em dia é. Foi pulverizado assim um pouco, né? Fala aí do quando?

Weber Pádua

E essa construção do antigo era muito mais demorada? Ela era lenta e ela era muito transparente.

Márcio Rodrigues

E falando um pouco disso aí, o Peter Lindenberg, que é um fotógrafo que acabou de morrer, né, e que é um dos meus ídolos. Ele, ele fala assim, primeiro ele numa frase que ele, fala que a

fotografia não é democrática.

Eu e tipo assim, eu sou o diretor, não é? E uma coisa que eu adoro, ele falava que odiava aquele cordão umbilical da Câmera presa no computador e que ele fala que o fotógrafo e o modelo. Eles começam, é um balé ali, você e o modelo, ele fotografando na praia. correndo atrás da cena, coisa que ninguém sabe o que vai acontecer , só ele.

Quando está ali você e a modelo só no click e você vê que estão quase se acertando, o diretor de arte fala assim, “essa perna não tá boa não”, aí, tudo que você construiu, que estava começando a construir ali, que é um balé começa do zero, não é? Uau de arte é legal. E quando é a dona da marca, é a filha da dona da marca, né?

Então tem vários vídeos do Peter Lindenberg fotografando a Gisele Bündchen no deserto. Fazendo uma campanha de joias, já na era digital, mas só o 2, vendo de a equipe inteira tava e só os dois viram a foto, ele clicava, voltava para dizer a ela. Assim, discutiam lá. Ah, vou melhorar, então aí fazia de novo, então assim mesmo, ele fazendo para um cliente grande, fazendo para muito dinheiro envolvido, ele continuava sendo pouco democrático. Assim, ele queria ver, é, né? E aí você pensa assim, o crítico. O Cara que é um dos mais feras do mundo, com essa modelo que é mais foda do mundo, coisa ruim, não vai sair .

Márcio Rodrigues

Porque antigamente, nessa época, a gente fazia 12 coleções: verão e inverno.

Aí o tempo passou a ter primavera, verão, outono, inverno, que eram 4. Agora, 15 em 15 dias o cara tem que ficar fazendo roupa, então não tem. É assim, não é assim, essa, essa, então, essa roda viva.

Quero só ouvir quando A inteligência artificial tiver dominando isso. E aí você Fala Pra Ela assim, ó, tá bonito. Mas falta uma bossa

É porque é nada mais do que, um Google mais que 1000000 de referências, e que ele tem um banco lá de imagens gigantes, não é?

Weber Pádua

Problema aí, é questão de tempo.

Porque daqui a pouco, né? Já está resolvido.

Pra onde que vai, o que virá?

Márcio Rodrigues

Quando virá eu já estarei aposentado, quero saber, mas é realmente é muito sério. Eu tenho visto trabalhos maravilhosos, né? Feitos dessa forma aí, por onde vai parar, onde vai parar.

Weber Pádua

O aí com sentimento ainda não dá. Se você colocar alguma coisa de sentimento, não passa.

Você quer? Tem várias. Pegadinhas por aí, entendeu? Pedir pra Fazer uma coisa não vai fazer. Né? E a sua imagem, como é que é essa luz cremosa? Manda essa lista pra fazer. Não é tudo bom, eu gostei da imagem, mas falta uma bossa...

Assim é um Mundo Novo.

Márcio Rodrigues

Eu não gosto de falar de banalização da imagem, não, porque eu acho que é uma popularização da imagem, na verdade, né? E como imagem, fotografia é um é uma certa cultura, então não é não é banalizar, né? É, você também está educando também. Quando você é dá uma câmera para mais pessoas, não é. É por isso que essas imagens fazem parte de imagens de museus, não é? E hoje eu fico pensando, qual imagem de fotógrafo que vai parar em museu no futuro? Né? Vão virar, vão ser as únicas de museus, talvez, sei lá algumas dos de hoje, talvez de Knight, talvez Oo. Steven Klein. Sei lá, esses caras talvez, né?

PARTICIPAÇÃO DOS ERROS NA FOTOGRAFIA DE MODA

Profa. Angélica

Bom, como vocês tocaram aqui nessa questão da inteligência artificial e eu gostaria então perguntar para vocês a respeito dos erros?

Porque a gente sabe o quanto foi importante na fotografia o erro do fotógrafo. Como que a gente lida então com essa questão do erro?

Márcio Rodrigues

É eu vejo também que é engraçado Que a geração Os mais novos?

Porque eles é adoram analógicos por causa desses erros, que acontecem.

Acontecia, né, se eu fazia uma campanha de moda e aí entrava uma luz na no filme que é seria ruim.

Esse erro, ele virou filtro, e hoje, o cara compra um aplicativo para poder fazer o erro, O cara compra um aplicativo, um APP que entra um raio vermelho assim, que é tudo que a gente não queria, né?. Nossa, mas aqui ficou muito analógico,

Weber Pádua

Ô Márcio, mas eu sempre quis, esse negócio , era mais moderno, então eu achava louco já.

Mari, a gente fez uma produção uma vez na Casa Do Vinho E que isso lembra que é foi de propósito foi a única vez que a gente trabalhou dessa forma é?

Uma Câmera analógica de fole, uma 4x5, que é aquelas câmeras antigas de fole.

E na época eu tinha um adaptador que fazia essa câmera adaptado por um sensor digital que era

e a gente conseguiu bascular a Câmera e mudava o plano de foco. Lembra disso?

Então, era bacana.

Profa. Angélica

É. E essa questão mais orgânica é o que eu acho que você traz. Não é aqui para a gente pensar a imagem. É algo que me inquieta é que talvez a nova geração, por vivenciar esse aqui agora e talvez pelos pouco apreço e afinidade com a história das imagens.

Eu acho que não fazem distanciamento da sua linguagem pessoal. No Instagram a gente vê muito isso.

E do trabalho que muitas vezes desenvolve. Então eu chamo atenção para os jovens aqui para os jovens fotógrafos, que eu já conversei sobre isso com você, devem. Então, o que a gente vê muito é um jovem fotógrafo.

Muitas vezes, a mesma maneira que ele utiliza a mesma técnica, o olhar que ele utiliza para as imagens que ele faz do cotidiano, ele utiliza quando ele vai fazer o trabalho para alguém.

Então, eu acho que esse é o grande perigo da contemporaneidade, porque é não está sendo pensada a construção de uma narrativa e de uma linguagem, ou seja, da autoria.

E eu acho que vocês que são a velha guarda, Vocês trazem essa questão da assinatura e eu gostaria que vocês falassem um pouquinho sobre isso.

Esse olhar, que é isso que vai constituir. Olha aquilo ali, a fotografia não é o momento que eu tomo café da manhã, não usa a mesma linguagem que eu às vezes vejo. Na nova geração, é a mesma linguagem.

Márcio Rodrigues

O que que acontece? A gente falou de identidade, não é? Aí você tem o papel que a gente viu. Aí o Avedon identificou a vida inteira fazendo a mesma coisa e assim era a imagem dele, preto e branco, ali que ele gostava e hoje em dia a gente não tem muito isso.

O Rafael Pavarotti, o brasileiro está fazendo tudo que eu cantei, essa pedra 10 anos atrás, que era o fotógrafo brasileiro, que ia ser mais famoso do mundo inteiro e ele realmente é, né? Ele chegou num patamar que nenhum outro chegou. E fazendo a mesma coisa, quase, né? De e é uma bem difícil isso acontecer, mas eu, vendo esse meu portfólio que eu passo nas minhas palestras, que tem um apanhado dos últimos 20 anos, eu percebo, o pouco da identidade, sabe assim, apesar de ser uma coisa, bem. Misturado um liquidificador. Aí eu me reconheço um pouco nessa identidade aí, sabe? Aí quase todas essas imagens, com raríssimas exceções, foram feitas para clientes de Belo Horizonte, mineiros, alguns de fora, mas a grande maioria, por exemplo, porquê, também aqui a gente tem um mercado, não é? Então é eu, apesar de ser uma miscelânea, eu me reconheço aí.

A gente teve um trabalho. E a Mari, né, que a gente é. Vamos fazer 5 imagens de conceito bacana e depois o *lookbook* para vender. Aí a gente ficou a manhã inteira fazendo assim. essas aí pra gente né, viajamos, efeitos, sonhando cada vez mais, na hora que a gente terminou assim, que a gente viajou, tal, a gente falou, nós estamos atrasados, nós temos mais 200 fotos para fotografar, vamos correr. Aí a dona da marca falou assim não, não, eu deixei vocês brincarem, eu vi ali, a Câmera tremendo e tal, eu dei liberdade, agora eu vou pagar vocês o que vamos fazer a partir de agora.

Frente, costa de lado então agora eles vão fazer com calma.

Então é respondendo um pouco aí, não é?

Márcio Rodrigues

Falando pra vocês aí, eu recebi na semana passada o convite para fazer o Casa Cor, né? Numa casa maravilhosa. E aí, Marcio, nós queremos um ensaio lá, um editorial maravilhoso com quem você quiser pra fazer o que você quiser. Temos o dinheiro pra trazer a modelo que você quiser. Maravilhoso. É tudo que eu queria, né? Agora que é a hora de eu fazer o meu, é? E quem disse que eu que eu coloquei um dia na agenda assim pra poder pensar em fazer, né? Então porque a roda já continua rodando assim?

Tudo agendado.

Porque começa a fazer assim, penso e aí?

Entra na *lokbook*.

Tem *lookbook* para fazer.

Weber Pádua

Eu não ligo de compartilhar tudo que eu faço hoje, eu não compartilhava antes, é tipo assim, a gente era autor da foto sozinho. Hoje todo mundo participa da autoria. Então eu já sou já me democratizei, né?

Márcio Rodrigues

É e também ele. O que acontece é que agora está mudando um pouco de novo. Mas é que, por exemplo, mesmo as grandes. Marcas, você entrava no site da sei lá, da Prada e no site da Zara é igual.

Nivelou por baixo, assim, era o mesmo, a mesma linguagem. Então isso também acabou. De fazer uma coisa super exclusiva, que a Luís Vuiton possa fazer uma coisa tão exclusiva, que a Zara não consiga fazer, acho pouco provável.

Weber Pádua

Instagram, duvido alguém andar 200 para trás lá nessas fotos aí?

Eu e a Mari fizemos uma foto. Foi a primeira vez que eu usei essa Câmera, que foi a mesma

que a gente fez, ficou vermelho, porque eu coloquei o filme invertido. Isso aqui é um erro, não tem nada e não foi um filtro, foi porque a camada desse filme RGB só imprimiu a Red, né? Não, espera aí. Então ficou lá, registrado, tem a data, a impressa aqui, provavelmente.

Profa. Angélica

Aí entra quando eu falo. A questão da autoria é justamente porque a partir dela se emerge a prática criativa, a criação, quando o sujeito ele é capaz de pensar de uma forma singular e de através desse pensamento agir.

E aí a gente tem que lembrar o sentido da arte, né, de ter poesias. Porque exatamente uma concepção de um conhecimento que é gerado ali no ato em si mesmo da criação. E muitas vezes o que eu me questiono é reproduzir.

É a mesma cena do café da manhã na sua casa e depois utilizar a mesma luz para um cliente ou a mesma luz para um trabalho pessoa.

Existe poesia, existe um conhecimento sendo gerado nessa prática?

Essa questão que eu deixo para os mais jovens, não é?

Weber Pádua

Talvez é pela diferença, né? Porque tá muito igual, igual, igual aí sempre, uma coisa diferente, ó, assim que é legal. Então o erro.

Márcio Rodrigues

A gente teve um trabalho ontem. Quem foi mesmo? Apartamento 03, foi incrível o que a gente fez, o fundo era rosa, tinha uma luz o iluminar o fundo que uma hora. Essa luz não piscou. E aí a Mari falou, nossa, ficou lindo, tem essa cor.

A gente estava fazendo há 4 horas com a luz. A hora que eu a luz cansou e, não piscou ficou lindo. E aí a gente usou a imagem né? A gente a usou, o fundo ficou marrom ao invés de rosa, e isso já aconteceu várias vezes também. Já aconteceu e a cliente falou, nossa, que lindo.

Do dia que você está ali arriscando uma coisa, sabendo que você tem mais 200 fotos por fazer, 200 roupas na Arara, então não adianta você ficar aí, tá lindo, tá lindo e a gente encara, não dá tempo, vamos lá, próximo look, entendeu? Ah, vamos tentar botar essa lente pra ver? Meu amigo, quando, se não temos tempo?

Weber Pádua

É, se não fica meio assim achando que você está dirigindo a 250 por hora, então tem uma curva, você tem que fazer a curva. E é engraçado, fica parecendo que qualquer hora você pode derrapar, entendeu?

Márcio Rodrigues

Porque às vezes eu faço ali 50 cliques e a imagem aparece a cada 4 segundos, aí a cliente fala

lá, tá lento, né? Aí eu falei, minha filha, como você ia fazer se fosse revelar esse filme, só amanhã.

Está ali que eu falei é, está demorou 3 segundos, está muito lento, não é?

É alguma cliente? Pergunta, você tem orgulho do que faz pra mim?

Aí o cliente manda pra gente 20 looks e a gente fica o dia inteiro fazendo, aí sim, esse você experimenta, cria, e aí esse é que vai dar a sua assinatura e que você tem orgulho de postar no seu Instagram lá e que é a vitrine. Hoje é o Instagram, né?

O OLHAR DO FOTÓGRAFO E SUA POÉTICA

Profa. Angélica

Eu gostaria que você comentasse um pouco dessa questão da narrativa quando você compõe o Instagram para cada campanha e a sua relação. Então, nesse diálogo, porque é uma conjunção, né? Cênica, a direção de arte, a fotografia e a roupa ali é o elemento principal. Mas ele acaba. A relação acaba sendo complexa porque ela é, na verdade, como eu disse anteriormente, uma poética de relação, né? Modelo, a roupa, o espaço, a luz. O olhar do fotógrafo

Márcio Rodrigues

Acrescenta um pouco, porque eu acho que realmente elas fazem um tema mágica, assim que quando chega vai chegando aquele monte de roupa e tudo, aquele monte de arara. Eu falo, cara, como que pode? E aí, com em pouco tempo, sei lá, ela passa o olho naquilo, passam as mãos e começam a trocar os cabides de lugar.

De repente, aquilo vira uma harmonia assim e já sabe, isso vai ser aqui no fundo rosa e você no fundo branco. E aquilo tudo funciona.

Mas durante o processo do clique da foto aí, um cara, no meio, muda tudo, porque tá dando palpite.

E, tem uma outra coisa também que, por exemplo, que eu adoro dar o pitaco, no set design. Na direção de arte.

E até as marcas pagam para entrar nos editoriais também ainda tem isso, não é? Muitas, são poderosíssimas.

Elas também têm compromissos de venda, não é?

Profa. Angélica

Então eu estava conversando com o Webinho, outro dia ele falou que ia polemizar aqui.

Eu, não vou perder a oportunidade.

Mas eu gostaria que você porque você estava falando, né? Nessa questão é da concepção do

style, né? Mas Eu Acredito que quando você está lá como fotógrafo da vida moderna na rua, ou do Instagram.

Weber Pádua

Esse fato da fotografia de rua me salvou, eu acho, entendeu? Eu fiquei livre. Ao mesmo tempo eu aprendi, não é? Aprendi com vocês. E aplicava lá. Mas isso é uma coisa, como é que fala, flui.

E é muito mais gostoso porque só depende de mim. Eu espero, tá? Eu vou tomar um café, corro atrás.

Márcio Rodrigues

Assim, aonde você tem prazer de fotografar na rua? É fora do Brasil? é que pra gente é estranho para o nosso olhar assim um pouco, não. Você não foi na Praça 7 fazer um ensaio.

Weber Pádua

Aqui tem pouca coisa. Eu quero é muito. E até isso muda, porque eu viajei. Agora não levo nem a câmera. Estranho, né? Fiz tudo com o celular. E na rua, num outro lugar ...

Olho assim porque a situação dessa de viagem é gostosa, você vê uma situação que você está livre daquilo estava fazendo, entendeu aqui? E eu falava para essa série que eu já fiz, isso não vira trabalho lá. Não é o trabalho, é o espanhol... é diversão. Você fazia 8000 fotos em uma semana. O ainda tem mais um dia?

Era uma viagem, não é? Eu ficava correndo atrás das pessoas que estavam comigo porque eu parava, a pessoa ia andando, eu ia atrás correndo. Então assim, tudo era bacana, fazia parte desse processo. Então, por isso foi no exterior. Mas eu acho que. o mundo é todo igual. Isso é bobo de falar que é assim que as cidades, que uma cidade grande é diferente de uma cidade pequena. Mas nesse livro aqui eu falo exatamente isso, é tudo mais ou menos igual e não tem tanta diferença, né? Porque o planeta, se eu for pensar, o planeta é uma bola.

Então imagina se eles pintassem um quadro igual a gente faz uma foto hoje, o tanto de coisa, porque hoje eles produzem mais também, então tem mais lixo.

É, antes ela, a tecnologia era filme, se produzia mais. Para fazer uma foto, você gastava o tempo para fazer aquela foto. Hoje você faz várias fotos, você tem mais chance de acertar com várias tentativas, dá mais tiro para você poder acertar, então quer dizer, produzimos mais lixo também, porque você gasta mais.

Márcio Rodrigues

É, nem o tal do ócio criativo, que a gente falava tanto, não, é? Eu lembro, ia, para a Status , para livraria, não é? Aí pegava as revistas, gringas, ficava ali folheando. Aí então alguém falava, nossa, que vida boa! vida boa? Eu estava aqui, não é um trabalho, não é? Na verdade, tu está

ali fazendo uma pesquisa, nem isso a gente faz mais, não é? A criação.

Porque não?

É, é. Não tem espaço, não, agora você vai no pictorest

INICIATIVA DO PROJETO E ATUAÇÃO DOS AGENTES RELACIONADOS À IMAGEM DE MODA

Profa. Angélica

O propósito desse projeto é colocar em discussão a criação da imagem, articulando exatamente os agentes. Porque muitas vezes, dentro do Programa de pós-graduação a gente tem uma vivência teórica.

Muitas vezes a gente fala em nome e por artistas e agentes do processo criativo, e a nossa ideia foi exatamente trazer essas pessoas que criam e articulam a imagem da moda em Belo Horizonte para conversar conosco. Então eu quero agradecer muito aqui à nossa equipe.

Para um início a nossa conversa, propondo um elogio à presença.

Nada seria possível sem essa experiência de cada um de nós.

Somos responsáveis pela presença, a presença remonta, o início da imagem. Então a gente pode retomar, vários mitos, fundadores do estudo da imagem. É sempre a percepção de uma presença.

E a presença como origem da homenagem, ela insere em si mesmo uma outra força.

Que a ausência.

Gostaria de contar um pouco para vocês de como surgiu essa iniciativa, esse projeto de pesquisa.

Ele surgiu de uma dissertação de mestrado que tem como proposta observar em que medida todas as mudanças culturais, sociais e tecnológicas têm impactado no que chamamos de fotografia de moda. E é importante ressaltar que muitos fotógrafos de moda a gente vai ouvir o Tom. Não gostam de serem chamados de fotógrafo.

Muitos até preferem adotar o termo retratistas, porque são corpos em presença. Então, dentro dessa discussão de cultura e a discussão da imagem, é muito importante a gente propor outras dimensões críticas, que abarcam a experiência estética, observando a anteriorização de narrativas, os lugares nos quais os agentes atuam e constroem outros sistemas, discursivos.

Como uma força do projeto de modernização social. Além disso, a gente propõe aqui refletir sobre o lugar da própria imagem e sobre a importância dessa imagem dentro de um tempo tão complexo, que é o que a gente está vivendo. O tempo que experiência uma profunda crise, crise climática, crise ambiental, social, econômica e política.

Para além desse argumento teórico que a gente observa aqui, é muito importante até a gente se

implementar. Existe um lugar para a moda em tempo de crise? Existe um lugar para a gente pensar essas imagens em tempo de crise.

A respeito disso, grande parte dos estudos que tomam a fotografia de moda ou a cultura de moda a colocam num lugar não muito confortável.

A moda é sempre associada à cultura das massas, a uma subcategoria da arte. E aqui cabe a gente indagar se seria esse o lugar da moda e o lugar da imagem de moda. Então, o que a gente reflete é como, como então, retirar a moda desse lugar inferiorizado, relacionado ao espetáculo mercantil de circulação que muitos autores chamam de capital simbolizado.

Imagens que, como diria Starubinski no livro corruptivo de 85, são imagens que nos fascinam pela distração e não pela contemplação. Então, a minha dúvida aqui, será que somos fascinados pela distração e não pela contemplação?

Maria Rita Kehl chega dizer, um ensaio muito além do espetáculo, Que essas imagens, elas são enunciadas por ninguém e dirigidas a todos. Puxa ninguém, somos aqui, ninguém? Então, o que ela disse? São imagens enunciadas por ninguém, dirigidas a todos como o mais belo produto da cultura de massa, da moda, do design, da publicidade, somos, então, aos olhos de alguns teóricos produtos da cultura de massa.

Esse termo possui uma carga extremamente negativa porque tudo o que é visto e compreendido como massa possui o selo de mercadológico, é considerada um subproduto da indústria cultural. Por outro lado, eu retomo que as palavras do Benjamim, para quem já foi meu aluno aqui, não poderia faltar, né, gente.

Ele vai ressaltar que as imagens tecnológicas, elas trazem um tipo de experiência estética muito diversificada, porque elas unificam a recepção tátil e a recepção ótica. Isso gera um outro impacto para a gente porquê essa experiência sensorial que é gerada, Vai fazer com que esse processo da distração nos absorva e segundo ele.

Mas ali é essa absorção nos leva para o cerne da linguagem. Ou seja, a gente é tragado pela linguagem e ele não vê essa experiência como algo negativo nunca. Ao contrário, segundo ele, esse poderoso fluxo, nos captura e circunda o nosso cotidiano de magia. Então, a imagem técnica ela de certa forma, restaura o culto da imagem da arte.

Para Benjamim. É impossível distinguir onde começa a distração e termina o recolhimento. Ele nos conta a história de um pintor chinês que vai apresentar paisagem de sua pintura e acaba por desaparecer na tela.

Que é um texto em que ele relata como ele era completamente fascinado por ver os seus retratos de infância, e ele diz, eu era tragado por essas imagens.

E ele conta a experiência de desorientação, de se sentir dentro da imagem.

Diante do seu retrato, ele relata a história, um pintor idoso que permitiu aos amigos admirarem a sua tela mais recente e nela estava representado no parque, um caminho, um caminho Estreito que seguia ao longo da água e através de uma de uma folhagem, ele terminava em frente a uma pequena porta. No fundo, dava-se ao acesso a uma casinha.

Quantos amigos procuraram pelo pintor, ele já havia penetrado dentro do próprio quadro, essa imagem que Benjamin traz para fazer uma alusão às imagens da cultura de massa. A gente é penetrado dentro dessas imagens. A gente é absorvido por ela, então, essa relação entre tátil e o óptico revela o poder da imagem na dimensão da experiência estética

Mas não somente ela evidencia que o modo pelo o qual, se organiza a percepção.

É transformador, as imagens de moda participam dessa operação onírica. Segundo o Benjamin, ainda que o seu lugar nos leve a questionar a nossa relação com a história, por isso, nós, principalmente nós de hoje em dia, os contemporâneos e, exigimos a cada dia um lugar aberto a multiplicidade como disse Benjamin nos anos de 1930.

Cada um de nós reivindicará no futuro o direito de perceber o contexto total no qual a nossa ação é inserida. Isso quer dizer que cada um de nós vai reivindicar o direito de estar dentro da imagem. E esse é um lugar. Esse é o lugar que a gente aspira hoje frequentar.

Se a imagem, como nos ensinou a tradição grega, propunha uma íntima relação entre olho e espírito, para que dela o olhar se realizasse em cada um de nós. É este olhar que a gente suscita na noite de hoje, o olhar que cria um movimento crítico para que a gente constitua junto e coletivamente uma forma de pensar as imagens da moda no seu próprio lugar. e esse lugar é o Museu da Moda.

Não será, portanto, um sentido de alienação, mas sim, um direito à resistência na sociedade Moderna. Estar na imagem.

Então, gente? Então uma existência pautada pela visibilidade para gerar fascínio e novas narrativas.

Para que a partir dessas novas narrativas, outros lugares sejam possíveis olhares que possam propor uma contestação a respeito da moda e dessa dita cultura de massa, o que propomos nesse projeto é um reencontro com este espaço.

Quando não existe lugar que não seja o lugar do nosso próprio tempo, um espaço que nos permita discutir as tensões, as relações de força das revoluções culturais, das estéticas da diáspora, das narrativas antifascistas, de questionamentos contra a cooptação de ditos sociais, a fim de intensificar os programas da diversidade e avalie o termo massa.

Então, dentro desses estudos culturais, o que a gente vem a propor é um estudo da moda dentro da sua dignidade, enquanto um campo. Então sabemos, esse termo cultura de massa guarda o

seu cerne, uma hierarquia entre os Campos, entre os saberes e entre os fazeres. Por isso, nós enfatizamos aqui um outro movimento. A escuta.

Convidarmos fotógrafos, estilistas, diretores de arte, *stylists*, editoras.

Para apresentarem às instituições culturais parte dessa produção que é tão marginalizada a intenção das conexões entre as imagens, o pensamento e o nosso processo perceptivo. Então vamos apresentar que não se pode discutir o imaginário social, se não seja agentes, criadores e espectadores. O nosso desafio é apresentar que toda imagem de moda guarda.

E também o que toda a linguagem guarda, o núcleo inacessível.

Deleuze denominou esse núcleo como dobra o segundo ele, era preciso desvendar em cada camada muitas transformações.

Convido vocês aos desdobramentos das discussões sobre moda, fotografia e imagem para pensarmos. Em que medida explicitaremos a multiplicidade de experiências do sensível, alicerçadas pelo fazer de cada profissional aqui presente? Então agradeço a escuta de vocês.

Passo a palavra então.

Tom é diretor de arte, fotógrafo e cofundador da revista Cake, baseada em Londres. Seu trabalho faz uso de cor e textura para trazer uma perspectiva única em particular para cada imagem. E os trabalhos ousados, muitas vezes coloridos, são formados por uma fluência sem esforço em design gráfico. Como colagem, elementos multimídia, resultando na criação de uma nova imagem.

APRESENTAÇÃO E PERCURSO PROFISSIONAL

Tom Andrade

Eu vou começar antes da fotografia, vou contar um pouquinho da minha história. Eu quero falar bastante também da cake. Não sei se todo mundo conhece, mas é uma revista. Ela foi criada em 2010. Eu vou contar um pouco da história dela, que tem tudo a ver com a fotografia. Bom, eu sou neto de costureira e de fotógrafos. Foi onde vem a minha paixão pela fotografia e pela moda.

O meu primeiro contato com a moda eu, eu fui um punk mesmo.

Praticamente periferia. Eu morava em São Paulo, é? Então tem tudo a ver com a estética, não é? Então acho que foi o meu primeiro contato com a moda.

E isso vem do meu DNA desde sempre. É, fiz psicologia, eu parei no último ano e resolvi trabalhar com moda, então eu o meu primeiro passo foi pensar como eu faria para trabalhar com moda. Eu fui trabalhar em lojas, eu fui gerente de loja, eu fui vendedor de lojas, praticamente,

quase tudo dentro das lojas eu comecei com a mente boa quando eu acho que 94 eu vim para BH fui trabalhar na vida bula?

Daí eu fui embora para a Europa, fui morar alguns anos lá onde conheci um pessoal de moda principalmente na fotografia e direção de arte, aonde eu fui trabalhar para fazer revistas, fazer televisão.

Ainda não tinha coisas do digital, não tinha coisa do computador, então eu fazia. Eu sou ilustrador também. Eu sou ilustrador e como punk, eu fazia fanzines, essas coisas, e a gente fazia um negócio chamado Storyboard que era o que eu na época era filme e filme é muito caro, você não tem como fazer teste, não é como hoje é digital, que você olha a imagem, não deu certo, repete, vai fazendo, acaba a bateria, é só trocar bateria. O filme é um processo caro, é um processo de revelação tanto do cinema quanto de quando eu falo do cinema, tem A publicidade, dos comerciais de televisão, enfim, da fotografia, é tudo, é um processo grande, caro, então para a gente colocar essa ideia no papel.

No roteiro a gente trabalhava com um negocinho chamado storyboard.

Voltei do Brasil, fui trabalhar na MTV, na antiga MTV, que tinha aquelas vinhetas legais, enfim, que era superbacana, que foi uma outra escola para mim.

E mas eu estava superfeliz voltar para moda.

Tentei ser estilista uma época, mas não tem talento zero para isso e acabei caindo na direção de arte. Foi o que eu aprendi lá fora. Como eu trabalhava nas agências, trabalhava diretamente com moda, eu trabalhava com alguns criadores. Então eu comecei a trabalhar com a criação de moda como diretor de arte, então eu criava campanhas. Eu, a Claudinha a gente trabalhou muito.

Ela me passava as ideias, eu ia lá, criava um conceito das imagens que a gente queria ter. como ainda não era fotógrafo, a gente trabalhava com outros fotógrafos, que é uma outra vantagem que sempre gosto de falar. Isso porque eu trabalhei com 50, 100 fotógrafos diferentes, então eu aprendi o que fazer com muitos, aprendi o que não fazer com outros, enfim, fui aprendendo.

Com isso, em 2010, mais ou menos, eu comecei a fotografar como hobby.

Eu fui convidado para fazer um livro que não existe mais, que era uma revista mexicana. E ela era uma revista que convidava 12 designers do mundo para fazer um editorial. Não é um trabalho e eu estava lá fora nesse processo. E, eu convidei um fotógrafo, oh, você faz as fotos e eu vou fazer colagens em cima. Vou fazer, enfim, da minha ideia para a Revista,

Aí ele falou comigo, olha. Você vai mexer Tanto na minha foto que minha foto sabe, eu vou perder meu tempo, porque que você não faz essas fotos? Eu vejo que você está sempre com uma câmera andando, para todos os lados. Eu pensei, pô, legal. Então eu liguei para uma agência, isso em Paris, eles me cederam 3, 4 modelos e em troca, eu ia fazer um book para elas,

nem era fotógrafo, nem tinha essa capacidade de fazer book.

O que aconteceu? A agência gostou desse material de book, começou a me convidar para fazer outros. É outros books, outros materiais.

Resolvi trabalhar tanto a fotografia quanto a direção de arte, mas o meu ganha-pão sempre foi, até então, a direção de arte e a fotografia eu levava como uma coisa onde pudesse extravasar do meu jeito. Como eu acreditava ou como eu via a moda.

Porque eu vejo a moda como moda de rua. Eu vejo a moda na rua. Eu não sou um craque curto muito a moda. de tendência ou de ostentação, enfim, de excesso de consumo, essa parada toda, eu gosto mais da moda mesmo de rua aqui, né, que a galera usa.

Enfim. E, aí foi. Processo que me levou para fotografia.

Em algum momento, depois de anos eu já era conhecido como fotógrafo, não mais como diretor de arte, e nessa época ainda estava morando fora, mas vinha para o Brasil para fazer as campanhas como diretor de arte, não como fotógrafo. E lá fora eu fazia alguns editoriais já como fotógrafo, então eu fiquei dividindo isso e em 2000 que é aí que entra a *cake* na minha vida.

Eu fui convidado para uma revista que é super legal, uma revista, um pouco alternativa de Londres. Eu estava em Londres nessa época. e, eu fui fazer eu fiz 2 editoriais. O primeiro eu fiz com a dona da revista, que é um super Stylist.

Deu tudo certo, e ela estava na direção. Enfim, a gente a gente organizou tudo. E um segundo editorial que ela não participou, que era para essa revista e era na praia. Enfim, eu fui com uma equipe dela, eu fui com a minha equipe para fazer esse trabalho.

Quando eu voltei para Londres, que eu fui apresentar para ela. Ela me mandou uma mensagem, isso 2011, falando, que queria se reunir comigo, fui-me reunir com ela. Ela falou que tinha duas notícias, uma boa e uma ruim. Ela falou que a ruim era que o editorial não tinha sido aprovado. E eu falei, mas qual é a boa? Ela disse que gostaram do meu material. Está incrível, está diferente de tudo que a gente já viu. A gente não consegue associar, nenhuma revista com esse editorial. Cara, voltei meio frustrado, alegre, sei lá, um monte de sentimento. E aí eu lembrei de uma, matéria do Andy Warhol, que na década de 70, ele cria uma revista chamada Interview, não sei se todo mundo conhece.

Ele cria essa revista porque ele é um artista que ninguém olhava para ele. Ele era um cara jogado. Sim, não é? Ele fazia as obras incríveis dele, ele já estava, ele estava num corre, enfim, e ele cria essa revista para ele convidar para as melhores festas, não é. Ou seja, ele tinha uma revista como ferramenta que todo mundo queria sair na revista que é a revista, sempre foi um meio de comunicação onde as pessoas são vistas.

E as pessoas querem ser vistas, é um dos melhores locais, não é?

E então ele? Convidado para todas as revistas ou para todas as festas e conhecia a galera vip, ele fotografava a galera vip. Enfim, quando eu falo vip, é aquela galera que todo mundo conhece a obra do gênio Andy Warhol sabe de quem que eu estou falando? Né?

de artistas incríveis, né? E eu lembrei dessa história, eu tinha muita vontade de conhecer alguns ídolos meus, tipo Johann Teller. Bob. Groum que são, são megas, fotógrafos assim, e daí eu liguei, daí eu liguei de novo para essa pessoa, dona dessa revista.

Falei, olha.

Ah, só uma coisa, Ela Foi a primeira dona do primeiro portal fashion do mundo que chama familus sixty Nine. Ele não existe mais, mas ele é 95, 94. Quando a internet começa, ela começa com esse portal. Acho que foi um dos principais portais de moda do planeta.

Eu gostaria de fazer uma revista porque eu queria ter bom um dos motivos e eu poderia apresentar meu trabalho. E uma das Ideias era colocar pessoas que estavam com a mesma necessidade que eu, de querer que sair do streaming assim, né? De vogue e de Elle, de enfim, esse monte de revistas assim, que são legais, mas assim não dão muito espaço para todo o mundo, não é? É supernichado. Daí eu propus para ela um trabalho diferente.

A gente chegou em 2010 para 2011, era o auge dos. blogs

Então, ela compra minha ideia.

Eu, por causa da revista, eu me conecto com esses caras, com o jovem Teller, como Brad Altman é que são. Eram todos os meus ídolos e eu chamo uma galera nova. E eu tenho muito orgulho disso que o primeiro cara que eu chamei, que hoje é um dos grandes fotógrafos do planeta. Não sei se todo mundo conhece, mas é o dono da malagem. Ele é um cara super Interessante, é?

Então eu chamei.

Que começou nessa época e que bom que eu chamei assim. A revista ficou dois anos online. Ela saía a cada três meses online e a pessoa podia baixar o arquivo. E na época do blog você não tinha os smartphones, então a galera passava, nas telas do da tela do computador, como se fosse uma revista mesmo e tal.

E aí surge a Cake. Com essa proposta da gente trabalhar muito mais moda de rua ou comportamento e trabalhar com música.

Trazer uma galera que tem Uma ideia de moda assim como eu.

Uma vez, um fotógrafo, acho que ele é italiano, ele é um cara que faz vogue direto. Acho que o. Enfim ele faz algumas vogues.

Ele tentou algumas vezes entrar na cake e aí é uma coisa muito engraçada que ele nunca entrou na cake e principalmente eu barrava muito ele assim não, porque o trabalho dele era ruim, muito

pelo contrário.

Não é um papo bobo, mas eu acredito que toda imagem é legal, ela é bonita para alguém.

Eu gosto da noite, eu gosto de ver as pessoas. Como se vestem? Se vestem diferentes, eu gosto isso me interessa muito.

E aí, esse cara sempre foi barrado, mas por quê? Não porque a cake ou alguma coisa é melhor do que a Vogue, muito pelo contrário, que eu acho que existem seus nichos, sabe? Assim, se o cara, o cara que faz pra Vogue, ele não é o cara que a gente tem interessado em colocar. Ele não tem DNA da Cake como eu não tenho da Vogue.

Claro, e eu faço um monte de campanha. Eu vivo do trabalho comercial e amo. E mais um motivo que a revista foi criada exatamente para eu me desapegar um pouco, para eu ficar um pouco mais leve quando fazia as campanhas. Porque tem muita campanha que é meio forçação de barra, né? Que tem a coisa do consumismo Tem uma coisa que eu nunca concordei muito e a gente acaba fazendo.

É, mas sempre tive muito orgulho de todos os trabalhos, nunca tive nenhum problema com isso, mas me incomodava bastante assim. Então que ela existe exatamente para isso, para ter essa quebra, para eu ficar livre e ficar mais feliz, para fazer trabalhos comerciais e entender que ninguém precisa pensar como eu, não é? Então, eu quando faço uma campanha, eu tenho que deixar claro que eu não estou fazendo um portfólio para mim, não é? Eu tenho que olhar o cliente final, como vai ter essa aceitação do mercado do comercial.

Está então assim. Aqui são 34 números impressos. Ela começou ser impressa em 2013.

Aí a gente tem as entrevistas exatamente com esses fotógrafos assim ditos.

Um exemplo? ontem eu conversando com um fotógrafo francês.

Está muito engraçado a nossa conversa porque eu amei o trabalho dele. E ele está falando comigo o tempo todo assim, cara. Mas o que é que você viu no meu trabalho, assim que você gostou? Porque ele foi convidado. A gente não convida ninguém. A gente trabalha num processo de submission que. Todo mundo manda.

A gente recebe de 300 a 400 e-mails por dia de fotógrafo.

De todo o tipo de material, e a gente só usa 1% deles. A revista impressa, ela é bianual, não é? Ela sai duas vezes, ela sai em novembro, a próxima, agora número 35. São 35 revistas impressas e ela é uma revista que sai diariamente online. Se você entrar praticamente todos os dias de segunda a segunda, existe um edital novo e com gente desconhecida falando de mostrar artistas de rua.

E ele fala comigo, cara, mas eu não sou assim. Eu sou um fotógrafo de rua assim, eu não sou Peter Lindenberg que vocês viam Ele usou essa palavra, não sou Peter Lindenberg, que vocês

viram, eu falei, cara, o trabalho é incrível.

A gente quer mostrar. A gente quer exatamente dar chance se ele fosse, pô. Então, daqui 10 anos, quando eu for famoso, eu quero muito falar de vocês. Eu quero deixar claro o que eu te conheci, que foi aquele que abriu as portas, e é isso que eu vejo.

Muito essa. A moda dessa forma. Quando ela?

Uma revista de 2010 BRL, e que montou todas as capas. 30 e 35 capas, mas a gente já teve capa com todo o tipo de...

Muito antes da diversidade. A gente já pensava nisso, sabe? A gente já trabalhou com uma modelo que foi capa, ela tem uma condição onde ela não tem nenhum pelo no corpo.

Ela, não tem cabelo, não tem sobrancelha, não tem nada de pelo, ela tem o lábio leporino e ainda tem vitiligo, então, ou seja, ela é uma pessoa que ninguém olharia para ela como uma modelo. E ela foi. A gente fez questão de fazer uma capa com ela. Acho que talvez seja 2013 para 2014 que foi essa capa.

Essa é 1 capa que eu adoro, ela é esse fotógrafo, é um fotógrafo de rua. Ele é um fotógrafo que ele retrata o Carnaval da rua, ele está, ele está junto com o filme da rua os ele faz estreias incríveis. Agora ele já é um super colaborador que é para um amigo.

É, está saindo na revista, enfim, então é isso.

Porque eu estendi um pouco mais sobre o que é moda para mim? Então? Assim é, eu acho que moda não é só o nicho de revista, não é o que a gente vê na vitrine, e sim, isso é a coisa não é do comportamento, tem esse olhar um pouco mais atento.

Eu tenho uma história assim, eu acho que todo mundo vive da moda de alguma maneira.

Eu não me apego muito as tecnologias antigas ou sei lá eu não curto muito de usar filme, apesar que eu uso, depende do que eu estou a fim de fazer.

Sempre lutei, sempre olhei para a frente, sabe? Eu sempre tento trabalhar com pessoas bem mais jovens que eu para eu tentar não envelhecer a minha cabeça, pra gente não se tornar caretas, enfim, caretas no sentido assim, de parar no tempo, achar que só aquilo foi legal.

Eu sempre tento olhar para as tecnologias novas, então eu estou sempre aberto para tudo que venha, sabe? estar aberto para tudo. Assim. Essa semana passada a gente teve uma troca de ideia para tentar agregar uma nova galera, de músicos, de artistas de rua, de vários lugares do mundo, para trazer coisas novas para a gente não perder isso.

Eu vou falar como o público da revista. O que eu ouço muito de fotógrafos de Styles de profissionais da moda, que mandam os submission, que mandam seus editoriais para revista.

Muitos deles querem colocar na revista impressa.

E eles não querem. Eles preferem o imediatismo, eles querem ser vistos.

Eles têm medo que não tem uma venda grande, que não tenha uma amplitude, anão ser que a gente consiga de alguma maneira, depois que a revista impressa saia, que isso de alguma maneira, que todo mundo veja online.

Então, assim, eu, eu sou amante de revistas, eu tenho uma biblioteca gigantesca, é uma coisa surreal de tanta revista que eu tenho.

Mas eu já não compro mais hoje revistas exatamente por isso.

Ao contrário do vinil, que voltou, eu acho que o vinil você consegue produzir vinis, como está sendo, como estão sendo produzidos, não é?

Eu não acredito que para revista seja isso, anão ser que faça uma revista, uma super impressora digital com qualidade de Offset, enfim, para os amantes das revistas, eu acho que mesmo assim não vai ser igual porque a galera que gosta de revista gosta do off 7. De ver os pontos que a revista traz do filme, enfim, tem todo. Uma coisa?

Enfim, mas eu acredito que as revistas no futuro. Acho que elas vão dar uma, sumida as impressas que eu estou falando. Não é porque é uma galera realmente. Enfim, muito mais digital.

É de filme que a gente fala hoje em dia, que acho que o Márcio quis dizer que o jovem usa, usa filme. É. É porque assim é muito mais a coisa da textura do resultado. Mas um cara como esse aqui é um super profissional, ele não. A diferença é muito.

De muitos fotógrafos, não menos, muito pelo contrário. Por isso eu tenho o yuan Teller, que é meu ídolo da fotografia. Ele sempre usou uma Câmera que aponta e dispara. Sabe lá, Deus o é que vai sair e ele é meu ídolo até hoje para ver o melhor fotógrafo do planeta. Eu. amo esse cara de paixão e o bacana que, como no comercial. Ele trabalha o estilo dele, ele tem o DNA dele.

Enfim, mas existe uma diferença. É porque para chegar nesse resultado, que é muito difícil, você tem que estudar muita fotografia.

Eu como tem muitos anos que eu não mexo nessa área do filme, eu acho que eu não me lembro mais como eu chego nesse resultado. Eu já não me lembro mais como que é matematicamente para chegar a esse ponto aqui porque você não tem como errar, você não pode errar e é muito difícil tirar esse. Ponto. Então é isso mesmo? Quando você fala profissional, é porque antes, quando não existia digital, era claro, quem é profissional e quem era amador, não é?

E hoje acho que o que o Marcinho quis dizer que ele, já que ele já a gente já teve essa conversa, é que a gente vê um trabalho que parece que minha mãe, que fotografou seu tio, fotografou antes da digital e hoje é muito mais. Hoje virou quase que um estilo.

Mas, para mim, o que é uma coisa que eu sempre achei da arte.

Que a arte para mim, ela é expressão e não técnica.

Então, enfim, ser digital você vai ser filme se vai ser na revista, o que importa para mim é a

expressão o que ela vai me? Como? Ela vai me emocionar? Não sei lá como.

Que técnica que foi usada? Saber o que foi feito isso não me interessa muito. Sim. O que me interessa realmente, o resultado que tu vais alcançar.

Essa coisa de criar é uma coisa que desgasta muito. Não é você querer criar uma imagem única.

E aí eu assisti um vídeo uma vez, eu até acho legal de todo mundo ver no youtube é um documentário chamado everything things is remix.

É um documentário que ele tirou um peso enorme das minhas costas. Um pedantismo de achar que eu criava alguma coisa Do Nada ou que eu era genial. Ele conta a história mesmo de que você é um monte de coisas, sabe? Para você criar. Então, seja inconscientemente você cria uma imagem achando que você a inventou, fez alguma coisa e na verdade não é nada disso.

Quando ele fala eu, eu sou fotógrafo, porque alguém inventou uma câmera, sabe?

Eu sou diretor de arte, fazia catálogo porque alguém criou uma impressora. Alguém criou o papel. Dependesse de mim, eu não seria nada se não fosse isso. Então, ou seja, sempre tem alguém criando e você cria em cima. Então acho que é um conjunto.

É, e eu acho que assim, o meu processo de criação é, ele vai através, não é no trabalho da Cake, o meu projeto pessoal, eu preciso me divertir, eu preciso, sabe? Assim, eu preciso achar tudo engraçado, preciso achar, eu não posso sofrer, não posso ter nenhum tipo de sofrimento quanto a isso.

Eu sei, eu posso te dar um exemplo, eu sou eu. Sou vegetariano.

E há uns 5, 6 anos atrás eu me recusei, eu não sabia, cheguei no set de fotografia e o cliente com a diretora de arte, tinham criado uma campanha que tinha osso, animais de caça, acho que o cliente foi caçador tal, eu não fiz sabe? Foi horrível, sim, foi a primeira vez que eu me senti um não profissional de participar, mas, ao mesmo tempo, eu precisei de me respeitar. Eu acho que o processo de criação é isso, eu se respeitar, não forçar muito a barra de achar que você é gênio.

A seguir, o depoimento para o projeto do fotógrafo Márcio Rodrigues, em 13/10/2024, pelo WhatsApp, sobre como era a fotografia de moda em Belo Horizonte nos anos 90, com a tecnologia analógica e como é atualmente, com a fotografia digital.

Eu tive a sorte, o privilégio de na minha carreira de 30 anos de fotografia, talvez a metade eu tenha vivido no analógico e a outra metade no digital e ter passado por essa transição, e de ter aos poucos a absolvido é hoje ela é absolvida e dominante.

Em relação à tecnologia analógica e a digital, todas as duas opções têm vantagens e desvantagens. O analógico tem um resultado final, uma, textura, um grão, uma estética que o digital nunca vai conseguir. Você pode aplicar uns filtros, uns présets, para poder despistar um

pouco e fingir que é analógico. Mas você nunca vai ter o resultado igual ao analógico. No grão, na cor, nos defeitos, nos erros, nisso tudo, o analógico, é imbatível.

O digital, ele tem um monte de vantagens, uma é o imediatismo. Você vai ver na hora, você consegue corrigir, na hora você dificilmente vai repetir um trabalho por causa de algum erro ou de alguma falha, Porque tudo é detectado na hora, mas, ao mesmo tempo, você clica muito mais, como aquilo está muito acessível na sua mão, você clica, dispara muito mais do que antigamente no analógico, a gente separava, sei lá, um filme, 2 filmes. Para fazer a campanha da marca. Dependendo da verba do cara, você separava o número x de filmes. E dentro desse número X de filmes, como você tinha o número Y de Looks para fotografar, aí você tinha um número de clicks pra cada Look.

Então você tinha isso bem contado e não tinha essa de ter look a mais. Não podia porque não tinha mais Filme. Hoje não. Hoje as marcas orçam 20 Looks e chegam, com 30 chegam e você vai clicando..., clicando. No final de um job você já fez 4000-5000 cliques porque é muito mais acessível, muito mais fácil e ao mesmo tempo, é menos técnico e menos controlado.

Outra desvantagem, apesar de ser imediatista o digital ao mesmo tempo, pode um problema para o fotógrafo. É uma desvantagem porque qualquer problema técnico que você tenha durante o processo e quando você está clicando ali com a câmera ligada no computador, Se você, se o seu computador já está mais velho, se você tem um problema no cabo ou se você tem um problema qualquer nessa transmissão da câmera para o computador que passa a ser lenta e lenta, que eu digo, é 3 segundos, 4 segundos para a imagem chegar no computador e isso no mundo de hoje. O diretor de arte, o dono da marca, que está ali sentado na frente do computador, acha isso lento, né? Ele começa a reclamar. Então você tem que comprar um computador melhor, tem que estar sempre up to date para poder atender essa demanda imediatista de você clicar, clicar, clicar.

E em um segundo, 2 segundos, as imagens já estariam na tela para eles editarem, não é? E, eu sempre brinco com eles quando reclamam que está lento, está demorando 4 segundos, 5 segundos. E eu falo assim, e se eu fosse revelar esse filme, você só iria ver o resultado depois de amanhã, né? Como é que você faria? Se você está com se você está achando lento 4 segundos, imagina se fosse em 2 dias como era antigamente.

Não era analógica também, as coleções eram menores e menos sazonais. Assim a gente fazia no primeiro momento, inverno e verão, 2 coleções por ano. Depois passaram a ser 4, com primavera verão e outono inverno. Durante muitos anos ficou assim.

E agora não tem muito mais isso. As coleções ainda existem com esses nomes, mas entre elas existem mais uma infinidade de outras cápsulas como a gente chama que são clicadas nesses intervalos para atender a demanda do mercado, que é sempre querendo novidade para o

Instagram para não ficar monótono, né? Os feeds...

Com relação à técnica dos fotógrafos, eu, acho que antigamente, no analógico, os fotógrafos tinham que ser muito mais técnicos porque não tinham uma grande margem de erro. A latitude de erro era bem menor. Se você errasse 1 ou 2 pontos de luz ali, a foto ficava escura, ou ficava Clara, ou ficava tremida ou ficava desfocada, e você não tinha muito. o que fazer. Então você tinha que ser. Muito assertivo, na hora do clique, você tinha que estudar muito, tem que fotometrar, fazer um Polaroid, ver se tudo está funcionando perfeitamente, Então eu acho que os fotógrafos eram muito mais técnicos e muito mais criteriosos assim, Hoje, qualquer menino aí com um iPhone, com uma câmera mais ou menos, ele consegue fazer se ele tem uma boa linguagem, se ele tem boas referências, se tem bom gosto. Ele acaba fazendo belas imagens, mesmo que não tenha uma técnica muito aprimorada, E, como as mídias também, hoje elas são basicamente todas no celular, tudo é visto no celular, então até a qualidade da Câmera, a qualidade do clique, não precisa ser tão rigoroso como quando a gente fazia uma página dupla na revista. Fazia uma empena para um prédio, fazia. o outdoor e tal. Então isso, demandava um arquivo muito melhor, sem defeitos, para poder ficar ali, a pessoa parar na revista e ficar olhando aquilo ali por um bom tempo, enquanto hoje no Instagram é muito pequeno. A pessoa passa por aquilo ali durante um segundo, 2 segundos, então não tem que ser muito criterioso, no que diz respeito.

O que mudou em relação a autoria da imagem fotográfica, é que hoje existe um personagem nas produções de moda chamado stylist que anteriormente não tinha, existia o produtor de moda, que cuidava dos sapatos, trazia os acessórios... Hoje ele ainda existe mas sobre a batuta do stylist que é um coautor da imagem junto com o diretor de arte e o fotógrafo, eles concebiam a imagem ou esse catálogo dividindo a autoria do trabalho. Hoje o fotógrafo não tem mais o poder que teve durante anos na época do analógico.

Como dizia Peter Lindenberg “a fotografia não é democrática, não sou a favor do big screen” se referindo a câmera ligada ao computador por um cabo e mostrando as fotos em uma tela grande onde todos da equipe olham as fotos e interferem dando palpite.

APÊNDICE D - ESTÁGIO E DOCÊNCIA

Estágio docência

O acompanhamento durante a disciplina “Imagem e Moda” ministrada pela profa. Angélica Adverse no segundo semestre de 2003 foi de suma importância para a minha pesquisa de mestrado, intitulada "Fotografia de Moda: Transições do Suporte Fotográfico Analógico para o Digital.

Com apresentações teóricas e aulas práticas durante o curso, foram produzidas sessões fotográficas em estúdio e fotos externas, no centro de Belo Horizonte, em locais históricos e representativos, como cenário para a produção de um editorial de moda. Este editorial está destinado à publicação em uma revista especializada, editada pelo PPGArtes-EBA-UFGM.

Participar dos processos, desde a escolha do tema, looks, coordenação de estilo e de pesquisa de moda, styling, direção de cena e direção de arte., estruturação da equipe de trabalho, escolha de equipamentos e edição, proporcionou-me uma experiência enriquecedora sobre o complexo trabalho de produção e fotografia de moda. Essa vivência prática contribui significativamente para a compreensão aprofundada dos desafios e nuances inerentes à área, alinhando-se de maneira direta aos objetivos da minha pesquisa de mestrado.

Fica evidente a integração bem-sucedida das atividades de estágio docência com os objetivos da pesquisa de mestrado, fortalecendo a formação acadêmica e prática no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal de Minas Gerais.

Essas atividades foram cruciais para meu aprendizado e complementam diretamente minha pesquisa de mestrado, explorando a interseção entre imagem contemporânea, tecnologia e mudanças estéticas na sociedade. As experiências práticas, especialmente na produção de editoriais de moda, enriqueceram minha compreensão do processo de produção e fotografia na área atualmente.

Sessão Fotográfica no Estúdio

Minha participação com o fotógrafo Alê Filizzola em uma sessão fotográfica para um editorial de moda. Durante essa prática, fizemos uma apresentação sobre a importância da comunicação entre fotógrafo e fotografados para a condução do trabalho e como é a utilização dos equipamentos do estúdio fotográfico.



Acompanhar as sessões dos fotógrafos de gerações diferentes com técnicas e estilos distintos foi enriquecedor para minha pesquisa, sendo também importante, constatar como a fotografia de moda contemporânea é um trabalho multidisciplinar envolvendo direção de arte, beleza, *styling*, fotografia, vídeo, iluminação, design gráfico, tratamento das imagens.



Sessão fotográfica no Studio Dáblio do fotógrafo Weber Pádua com direção de arte e prática de edição de imagens com Luciana Nacif.



Fotos: Angelica Adverse

Sessão fotográfica externa com o fotógrafo Tom Andrade e fotografia no estúdio da Escola de Belas Artes da UFMG com o fotógrafo Dom.



Fotos: Alê Filizolla e Cláudio Nadalin

Trabalhos desenvolvidos pelos alunos na disciplina ‘IMAGEM & MODA’ ministrada pela profa. Angélica Adverese.



Fotos: Alê Filizolla e Cláudio Nadalin

TCCs dos orientandos da profa. Angélica Adverse, realizados no estúdio da Escola de Belas Artes- UFMG em 2023





Fotos: Claudio Nadalin

Desfile da A. Criem na Serraria Souza Pinto em Belo Horizonte.

Faço um relato da minha participação na cobertura fotográfica do evento realizado no dia 20 de novembro de 2024 junto aos alunos do curso de Design de Moda da UFMG.

O desfile foi uma grande produção envolvendo pessoas de diversas áreas; stylists, modelos, fotógrafos, video makers, estudantes, designers, empresários, jornalistas e pessoas do mercado de moda.

Com um olhar voltado para as mudanças na fotografia de moda a partir da substituição da fotografia analógica pela digital eu observei que no ato de fotografar houve mudanças significativas com a nova tecnologia. Possibilidade de usar sensibilidades maiores (ISO) sem perda na qualidade da imagem, equipamentos menores e mais leves, a capacidade de fazer muitas fotos usando cartões de memória sem precisar perder tempo com a constante troca de filmes, o crescente uso de câmeras de aparelhos celulares para fotografar e gravar vídeos com qualidade cada vez melhor e que exigem menor conhecimento técnico dos usuários substituindo os equipamentos profissionais maiores. Aumento considerável do uso da imagem em movimento, a fotografia digital é mais amigável e automatizada popularizando seu uso.

Outra grande mudança foi provocada pelos novos meios de comunicação em mídias sociais; Facebook, Instagram, Tik Tok, e os *influencers* que substituíram os tradicionais meios impressos, jornais e revistas. A velocidade como as imagens são divulgadas e distribuídas aumentou consideravelmente, sendo imperioso sua publicação online instantânea, sem a necessidade da espera da revelação dos filmes e cópias para se chegar ao resultado. Os *Reels* do Instagram, um formato de vídeos curtos, de no máximo 60 segundos de duração, gravados na vertical e que podem combinar áudio, imagens, textos e efeitos visuais são bastante usados.

A pós-produção também modificou bastante com o uso dos programas de edição de fotografia e vídeo que oferecem uma infinidade de recursos para corrigir e melhorar as imagens com agilidade. Com o uso dos novos recursos dos dispositivos celulares, a produção da imagem vem substituindo a técnica fotográfica.

Um evento desse porte oferece uma quantidade maior de possibilidades para capturar imagens além da passarela; *backstage*, *making of*, produtos, convidados, produção, stylists, aumentado consideravelmente o volume de imagens produzidas.





Fotos: Claudio Nadalin