

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO BACHARELADO**

Letícia Nascimento Silva Severiano

**ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA DE MODA CONTEMPORÂNEA:
UM OLHAR ANALÍTICO CRÍTICO-DISCURSIVO SOBRE OS EFEITOS DE SENTIDO
CONSTITUÍDOS E CONSTITUINTES DA FOTOGRAFIA DE
RAFAEL PAVAROTTI**

Frederico Westphalen, RS

2022

Letícia Nascimento Silva Severiano

**ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA DE MODA CONTEMPORÂNEA:
UM OLHAR ANALÍTICO CRÍTICO-DISCURSIVO SOBRE OS EFEITOS DE SENTIDO
CONSTITUÍDOS E CONSTITUINTES DA FOTOGRAFIA DE
RAFAEL PAVAROTTI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo: Bacharelado, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen (UFSM-FW), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador Prof^o. MSc. Fabio Silva

Frederico Westphalen, RS

2022

Letícia Nascimento Silva Severiano

**ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA DE MODA CONTEMPORÂNEA:
UM OLHAR ANALÍTICO CRÍTICO-DISCURSIVO SOBRE OS EFEITOS DE SENTIDO
CONSTITUÍDOS E CONSTITUINTES DA FOTOGRAFIA DE
RAFAEL PAVAROTTI**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo: Bacharelado, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen (UFSM-FW), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em 19 de janeiro de 2023:

Prof. Ms. Fabio Silva - Orientador (UFSM-FW)

Prof^ª Andreia Meneguete - Primeiro arguidor

Prof. Dr^º. Tainan Pauli Tomazetti - Segundo arguidor

Frederico Westphalen, RS

2022

Se podes olhar, vê. Se podes ver, repara.

José Saramago

RESUMO

ESTÉTICA DA FOTOGRAFIA DE MODA CONTEMPORÂNEA: UM OLHAR ANALÍTICO CRÍTICO-DISCURSIVO SOBRE OS EFEITOS DE SENTIDO CONSTITUÍDOS E CONSTITUINTES DA FOTOGRAFIA DE RAFAEL PAVAROTTI

AUTORA: Letícia Nascimento Silva Severiano
ORIENTADOR: Fabio Silva

O presente trabalho visa observar, com amparo crítico-discursivo, os efeitos de sentido constituídos e constituintes na/da produção fotográfica de moda de Rafael Pavarotti, fotógrafo afro-brasileiro. A pesquisa tem por objetivo identificar tais sentidos, por meio de abordagem qualitativa relacionada ao *corpus* selecionado, enfatizando a cromática adotada e sua simbologia. Como objeto empírico, foram utilizadas 8 imagens do fotógrafo em questão. As fotografias foram analisadas, interpretadas e decompostas por meio de duas categorias: análise objetiva, com a descrição dos elementos apresentados por Pavarotti e análise subjetiva, a fim de ressaltar a cromática utilizada pelo fotógrafo em suas criações visuais, e assim, utilizada a Análise Discursiva a fim de identificar os sentidos constituintes do *corpus*. Com o embasamento teórico de Dondis A. Dondis, Fairclough, Martine Joly, Luciano Guimarães e Modesto Farina, foi possível identificar, por meio da cromática, a relevância social no aspecto racial que o fotógrafo traz em suas composições fotográficas.

Palavras-chave: Fotografia. Moda. Análise. Discurso. Cromática. Rafael Pavarotti.

ABSTRACT

AESTHETICS OF CONTEMPORARY FASHION PHOTOGRAPHY: A CRITICAL-DISCURSIVE ANALYTICAL VIEW ON THE CONSTITUTED AND CONSTITUENT EFFECTS OF MEANING RAFAEL PAVAROTTI'S PHOTOGRAPHY

AUTHOR: Leticia Nascimento Silva Severiano

ADVISOR: Fabio Silva

The present work aims to observe, with critical-discursive support, the constituted and constituent effects of meaning in/of the fashion photographic production of Rafael Pavarotti, an Afro-Brazilian photographer. The research aims to identify such meanings, through a qualitative approach related to the selected corpus, emphasizing the adopted chromatic and its symbology. As an empirical object, 8 images of the photographer in question were used. The photographs were analyzed, interpreted and decomposed through two categories: objective analysis, with the description of the elements presented by Pavarotti and subjective analysis, in order to emphasize the chromatic used by the photographer in his visual creations, and thus, used the Discursive Analysis in order to identify the constituent senses of the corpus. With the theoretical foundation of Dondis A. Dondis, Fairclough, Martine Joly, Luciano Guimarães and Modesto Farina, it was possible to identify, through chromatic, the social relevance in the racial aspect that the photographer brings in his photographic compositions.

Keywords: Photography. Fashion. Analyze. Speech. Chromatic. Rafael Pavarotti.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	07
2	ESTÉTICA	10
2.1	A ANÁLISE POR TRÁS DA ESTÉTICA	14
2.2	A ESTÉTICA E A MODA	17
2.3	ZEITGEIST, MODA E FOTOGRAFIA	20
2.4	A ESTÉTICA NA FOTOGRAFIA DE MODA	22
3.	ANÁLISE CRÍTICO-DISCURSIVA	26
3.1	UTILIZAÇÃO DO DISCURSO	29
3.2	O USO DO DISCURSO E A ESTÉTICA	31
4.	METODOLOGIA	33
5.	O CORPUS DA PESQUISA: FOTOGRAFIAS DE RAFAEL PAVAROTTI	35
5.1	DECOMPOSIÇÃO DAS IMAGENS	36
5.2	DECOMPOSIÇÃO OBJETIVA DAS IMAGENS	46
5.3	DECOMPOSIÇÃO SUBJETIVA DAS IMAGENS	49
6.	PERCEPÇÕES	54
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
	REFERÊNCIAS	59
	ANEXO A - WHO IS SHE TO YOU?	61
	ANEXO B - DIOR SPRING 21	62
	ANEXO C - H&M	63
	ANEXO D - BRAND NEW ANCIENTS	66
	ANEXO E - BEYONCÉ	67
	ANEXO F - MEMORIES	68
	ANEXO G - AS THE WORLD TURNS	69
	ANEXO H - FUTURE PROOF	70
	ANEXO I - RETURN TO HUMAN	71
	ANEXO J - CÍRCULO CROMÁTICO	72

1. INTRODUÇÃO

Muito além de ser uma imagem que apresenta apenas o vestuário, a fotografia de moda tem alcançado cada vez mais um público diversificado. Configurado como um signo e, portanto, investido de significados, este gênero fotográfico deixa de ser apenas uma forma de expor o que as pessoas poderiam vestir na próxima estação para assumir potencial de portar outros vieses, como o político, econômico, cultural, étnico, racial ou só mesmo uma simples fotografia de moda que, ainda assim, consegue carregar consigo inúmeros conceitos.

Além disso, a popularização de dispositivos móveis para acesso à internet e o uso das redes sociais fizeram com que boa parte da população pudesse passar a consumir conteúdos do universo *fashion* sem precisar estar com uma revista de moda em mãos. Como estudante de jornalismo e apreciadora de fotografias e moda, a iniciativa deste trabalho parte de curiosidades pessoais e de questionamentos, como por exemplo, quais efeitos constituídos e constituintes nas fotografias de moda na contemporaneidade? Desse questionamento emerge, então, o ponto de encontro entre dois tópicos que consolidam, em linhas gerais, a temática deste trabalho, a saber: a fotografia e a moda.

A fotografia, que surgiu em meio a mudanças sociais e econômicas, como consequência da Revolução Industrial, passou a receber diversos aprimoramentos de técnicas e estilos. A representação do real estava cada vez mais fiel e, de acordo com Kossoy (2014), o mundo desde então tornou-se familiar após a chegada da fotografia, o que fez com que um conhecimento detalhado sobre a realidade fosse exposto. Para Oliveira (2018) “O mundo se tornou ilustrado e portátil”.

A “verdadeira” fotografia de moda passou a existir no último decênio do século XIX, quando o surgimento do procedimento de fotogravura permitiu imprimir sobre a mesma página foto e texto. E é mais exatamente em 1892, na revista parisiense *La mode pratique*, que aparece pela primeira vez a reprodução direta de uma fotografia (MARRA, 2008, p. 69).

Deste modo, a fotografia de moda tem, dentre seus objetivos, estimular o consumo da massa, além de causar desejo e fascinação nas pessoas. De acordo com Flusser (1983) a fotografia tem feito parte da cultura contemporânea desde XIX, fazendo com que transferissem o interesse do real e do concreto para o mundo das imagens.

Tal sensação se dá ainda mais forte na sociedade atual. A moda, propriamente dita, corresponde a mudanças, assim como a não preservação de um estilo deixa de ser moda e faz com que o consumo gire e que haja novas tendências e coleções.

No entanto, por trás de todo o conceito teórico ou dessa linha do que possa ter como finalidade a fotografia de moda, há a existência de elementos importantíssimos para a constituição da mesma. Estamos falando sobre a estética presente nas composições fotográficas. É a partir da estética que nasce o conceito que aquela fotografia irá carregar. São as cores, texturas, formas, tons, proporções e enquadramentos que a constituem e a tornam completa e recheada de signos, significados e significantes.

Deste modo, este trabalho direciona-se à busca de autores que possam auxiliar em temas como a estética e sua origem; a fotografia como forma de expressão atrelada à estética; a moda no âmbito fotográfico e relacionado também com a estética e por último, a Análise Crítico Discursiva (ACD), a qual será a base para a parte II deste trabalho. A fim de amparar teoricamente esta pesquisa, foram utilizados artigos, dissertações e livros.

Deste modo, o objeto de estudo parte das fotografias de moda do fotógrafo brasileiro Rafael Pavarotti. Nascido em Belém (PA) e fotógrafo há 15 anos, tem realizado diversos ensaios internacionais, além de desenvolver inúmeros trabalhos fotográficos com modelos negras. No entanto, neste primeiro momento Rafael Pavarotti não será mencionado com frequência, o qual na segunda parte do referido trabalho ganhará ênfase e será analisado, por meio de suas fotografias, através de autores aqui citados. A partir disso será construída e conduzida uma análise sobre os possíveis efeitos constituintes acerca da fotografia de moda de Rafael Pavarotti, a partir da identificação de elementos que compõem suas fotografias.

É na tentativa de entender a produção, os elementos e as mensagens componentes, integrantes, emanantes e imanentes dessas imagens que este trabalho é baseado: como forma de identificar as fotografias de moda a partir de elementos subjetivos, ou seja, pela parte estética, tendo como objetivo e foco a cromática utilizada pelo fotógrafo.

Por ora, o referencial teórico desta pesquisa foi dividido em dois capítulos e nove subcapítulos. No primeiro capítulo intitulado de *Estética*, é traçada a história da estética, desde o surgimento da filosofia até suas aplicações dentro da fotografia de moda. O segundo capítulo, intitulado de *Análise Crítico Discursiva*, explica o conceito da ACD, sua utilização e potenciais aplicações à análise de fotografias de moda.

Para os resultados desejados, nos capítulos posteriores ao referencial teórico, a metodologia utilizada neste trabalho corresponde a Análise de Discurso (AD) com abordagem qualitativa, a qual há a decomposição do *corpus* selecionado. Para recorte de pesquisa, foram

selecionadas 8 imagens dos anos de 2021 e 2022 do fotógrafo em questão. Destes editoriais, apenas imagens coloridas foram selecionadas para análise, a fim de obter o resultado.

Para esta etapa de decomposição e descrição dos elementos presentes no *corpus*, foram utilizados quadros para o detalhamento e separação dos elementos que compõem as imagens em destaque. Com autores como Luciano Guimarães (2000) e Modesto Farina (2006) foi possível entender e estabelecer o conceito de cromática e a simbologia das cores utilizadas por Pavarotti no *corpus* selecionado.

A análise final presente neste trabalho, visa encontrar os constituintes acerca da fotografia de Pavarotti e os seus desdobramentos frente ao discurso, utilizando como referência o linguista Fairclough (2000). Para além disso, a partir dos desdobramentos deste trabalho, é possível também pensar e considerar as nuances por outras perspectivas, diante a comunicação, que se tornam de extrema importância, como por exemplo, o estudo cronológico das fotografias de moda relacionadas às mudanças das práticas sociais, tal tópico pode ser visto nas considerações finais desta pesquisa.

Por fim, nos apêndices e anexos é possível acessar às fotografias selecionadas, em conjunto com os quadros utilizados para a análise final.

2. ESTÉTICA

Neste primeiro momento abordaremos a Estética, desde sua origem até a influência social atual, pois é por meio da estética que a percepção da arte é criada. Além de auxiliar futuramente com a Análise Crítico Discursiva, também ajudará a entender a existência de alguns elementos presentes nas fotografias analisadas. Desta forma, é possível analisar as emoções, ideias e juízos relacionados ao contato com a arte e o belo proveniente da estética. Para tanto, utilizaremos conceitos apresentados por Suassuna (2012) e alguns outros estudiosos da área.

Originária do grego, “aisthesis”, que significa sensações e percepções, a estética na Antiguidade Clássica era ligada à ética e à lógica, sendo base para a filosofia, além de ser considerada um dos pilares da arte. Partindo de seu significado literal, é por meio da Estética que é possível entender e trabalhar a percepção do mundo e das coisas através dos cinco sentidos do corpo, sendo, a visão, o tato, o olfato, o paladar e a audição. Santaella (1994) define a estética como sendo um “sentir não com o coração ou com os sentimentos, mas com os sentidos, rede de percepções físicas” (SANTAELLA, 1994, p. 11). Cada um dos sentidos aflora ao entrar em contato com algum elemento que o instigue e a partir disso é formada a percepção. A estética passa então a ser um medidor de sentidos, por assim dizer, tornando-se uma experiência sensorial. Por assim dizer, um bom exemplo é a visão, o sentido que mais será abordado ao longo deste trabalho. Para Donis A. Dondis (1973) em seu livro *A Sintaxe da Linguagem Visual*, a visão envolve algo mais do que o mero fato de ver ou de que algo nos seja mostrado, sendo parte integrante do processo de comunicação que abrange todas as considerações relativas às belas-artes, às artes aplicadas, à expressão subjetiva e à resposta a um objetivo funcional.

Assim, o que se pode observar é que a percepção do todo não é vista como tendo um propósito prático, e nem é passível de ser submetido a aspectos analíticos. Isso tudo depende da aptidão sintética.

[...] justo aquela que os sentidos nos fornecem quando atentamos especialmente para os aspectos qualitativos de que a realidade perceptiva está prenhe, tais como: cores, luzes, formas, pulsações, texturas, volumes, acelerações, retardamentos, temperaturas, atmosferas, durações, proximidade, distância, projeções, espelhamentos, expansões, fluxos, ordenamentos, misturas, palpitações, sequencialidades, animações e muitos outros mais (SANTAELLA apud ibid., 2011, p. 13-14).

Desta forma, a estética é dividida e discutida por Kant, Hegel, Platão, Sócrates, entre outros filósofos. A formação e a ideia da “Filosofia do Belo”, subdivide-se entre a Arte e a Natureza. Suassuna (2012) afirma que:

Enquanto a Filosofia não foi negada, nunca houve dificuldade em definir a Estética: tradicionalmente e sobretudo nas épocas “clássicas”, a Estética era definida como a “Filosofia do Belo”, e o Belo era uma propriedade do objeto, propriedade que, no objeto e como modo do ser, era captado e estudado.

Durante a Antiguidade Clássica, a estética era vista e tida como, tanto o belo da Natureza quanto da Arte, entretanto, de acordo com o pensamento platônico, havia uma hierarquia, estando a Natureza acima da Arte. Com o idealismo germânico, o belo da Arte passa a ser mais importante e a estar acima do belo da Natureza. Para Suassuna (2012), tal mudança é algo curioso já que a mesma se deu a partir de um pensamento de essência platônica. “[...] é Hegel quem formula a ideia de que a Beleza artística tem mais dignidade do que a da Natureza, porque, enquanto esta é nascida uma vez, a da Arte é como que nascida duas vezes do Espírito: razão pela qual a Estética deve ser, fundamentalmente, segundo ele, uma Filosofia da Arte” (SUASSUNA, 2012, s.p).

A partir disso, por influência de Kant, outros pensamentos se fizeram acerca da estética e do belo, subdividindo-se ainda mais e deixando de ocupar o espaço de Natureza ou Arte. Por exemplo, para Kant a ideia do belo era o Sublime. Já para Aristóteles a Comédia era vista como uma Arte do feio conectada à desordem e não à harmonia, entretanto, não foi incluída, por ele, no campo da estética.

Com tais definições que foram sendo criadas para o belo e a estética, a fragmentação do campo estético fez com que surgisse a pergunta: “Seria válido definir a Estética como a Filosofia do Belo, se o campo estético inclui categorias — como o Cômico — as quais nada têm a ver com o Belo”? (SUASSUNA, 2012). Para os pós-kantianos, a estética deveria ser uma ciência e não necessariamente uma filosofia. A partir disso o nome estético então seria todo o campo e a palavra belo seria substituída. De acordo com Suassuna (2012) “O Belo seria uma das categorias do Estético, e a Estética, em vez de ser definida como “a Filosofia do Belo e da Arte”, passava a ser a “Ciência do Estético”.

O estético então passou a ser um campo geral da Estética, incluindo diversas categorias que pensadores e filósofos já haviam definido, passando do Sublime ao Trágico, do Risível ao Gracioso, à Comédia, entre outros termos. Entretanto o Belo se tornou reservado a algo harmônico, sereno e tranquilo. O Belo se tornou de certa forma o clássico, todos os

adjetivos positivos eram atribuídos à palavra Belo, que fazia parte de um termo dentro da estética. Suassuna (2012) cita Edgard De Bruyne que afirma que “A Arte não produz unicamente o Belo, mas também o feio, o horrível, o monstruoso. Existem obras-primas que representam assuntos horríveis, máscaras terríficas, pesadelos que enlouquecem [...]”.

Reservado o Belo como apenas um dos campos da Estética, os teóricos pós-kantianos enriqueceram demais o estudo da Estética. Foi a partir de tal estudo que as Artes pré-clássicas, pós-clássicas e anticlássicas tornam-se legítimas no que era tido como estético. No entanto, a partir do ponto de vista de que a Estética deveria ser entendida como a Ciência do Estético ao invés da Filosofia do Belo, F. Kainz resume tal ideia acerca de que:

A palavra Belo exprime, em primeiro lugar, aquilo que nos produz um máximo de satisfação plena e tranquila do gosto estético, como acontece, por exemplo, com as obras de Rafael, as de Mozart ou as da época de maturidade de Goethe. É o que poderíamos chamar de Belo, no sentido próprio e restrito da palavra. Entretanto, quando definimos a Estética como a ciência do Belo, não há dúvida de que tomamos, e temos necessariamente que tomar, como base desta definição, uma acepção distinta e mais ampla deste conceito... Daí, dizer-se que o objeto sobre o qual recaem as investigações da Estética não é o Belo, no sentido usual, estrito e próprio da palavra, mas sim tudo o que influi esteticamente em nós, incluindo-se aí até certas ásperas categorias que lidam já com o Feio... A Estética deve definir-se, segundo alguns teóricos, como a ciência do Estético. Mas esta definição, por ser tautológica, não define nada. (Estética, tradução mexicana de Vorlesungen uber Asthetik, por Wenceslao Roces, México, Fondo de Cultura Económica, 1952, p.14.).

De acordo com o pensamento de Roces (1952) é possível perceber que enquadrar a Estética como a Ciência do Estético é na verdade não denominar e não definir absolutamente nada, voltando-se ao que já havia sido determinado antes em questão do Belo. Entretanto, para Suassuna (2012) concordar com esse tipo de pensamento, seria excluir artistas que se manifestaram por meio da Arte do feio, do grotesco, do estranho e não do belo. Implicaria excluir, também, as observações que partem dos pensamentos pós-kantianos sobre obras de arte que são baseadas no Mal e no Feio, sendo tais observações riquíssimas para o entendimento da Arte e da Beleza. Por fim o autor ressalta que, a respeito da importância da Filosofia da Arte no quesito Estética, enquanto na Natureza, a Beleza seria encontrada de forma involuntária, já na Arte tal Beleza é procurada e então realizada, fazendo assim, da Filosofia da Arte, o núcleo da Estética.

Partindo desse ponto, é possível definir então a Estética como a “Filosofia da Beleza”, beleza essa em que, semelhante ao estético dos pós-kantianos, há uma certa aspereza e um amargor, o cômico e o trágico, o monstruoso e o barroco, entre outros aspectos que de certa forma, também constituem a Beleza, sendo o Belo, também parte, entretanto, um tipo especial de beleza, que se fundamenta na harmonia e na medida em que é fruída serenamente.

A Filosofia da Arte, se bem que não esgote esta Filosofia da Beleza, é, sem dúvida, seu cerne, o que ela possui de mais importante (SUASSUNA, 2012).

É bastante claro que, em decorrência de sua condição a Estética então, pode ser vista como uma reestruturação da Filosofia em relação à Arte e a Beleza, levando em consideração que ambas as filosofias partem de um mesmo princípio: a Estética como forma de expressão, seja belo ou feio, arte ou não.

Hoje a estética, talvez, possa assumir uma posição um tanto quanto diferente no imaginário social. Não só ligada ao Belo ou à Arte, mas também como forma de ser/estar inserido e integrar um padrão estético estabelecido de tempos em tempos.

Definida e estabelecida, a Estética é então essa reestruturação da Filosofia baseada na Beleza. Neste sentido, é possível observar que a partir da Estética e da Beleza se estuda a Arte, seja ela uma demonstração do Belo ou do Feio, do Clássico ou do não Clássico e assim por diante. Suassuna (2012) diz que essa definição é uma verdadeira visão do mundo em relação à Beleza que temos de empreender na Estética e que, em visão da complexidade do campo estético, não admira que o grande problema com que nos defrontamos ao enfrentá-lo, a primeira opção ante a qual temos de nos decidir seja aquela criada pela tentação irracional. Estão incluídos no irracionalismo estético artistas e pensadores. Entretanto, o caso do pensador irracional serve apenas para uma visão filosófica do tema. Relacionado aos artistas, os mesmos devem ter uma certa desconfiança ao olhar para a Estética, uma vez que a mesma pode ser uma maneira de restrição à liberdade de criação artística, no entanto, com um olhar mais cuidadoso é possível perceber que a estética não é nada limitadora, pelo contrário, ela pode ser uma grande aliada artística. Por meio da mesma é possível encontrar motivos e características que a tornam aliada.

Na verdade, porém, desde que se tenham em vista as distinções necessárias, esses temores são infundados. A Estética não fere a liberdade criadora da Arte [...] Seu campo é outro, outros são seus métodos, outro é seu objetivo; e incumbe, mesmo, à Estética, a defesa da Arte, às vezes até contra a opinião dos próprios artistas e escritores, quando saem do campo criador e começam a querer doutrinar sobre Arte e Literatura. Quanto ao irracionalismo estético dos filósofos, é preciso que se diga, de início, que o verdadeiro racionalismo não diseca friamente nada, nem comprime a vida e o mundo em fórmulas mesquinhas, pois é exatamente o contrário do conhecimento frio; não considera inteligência despojada do direito ao obscuro, ao intuitivo, ao transracional. (SUASSUNA, 2012).

Neste sentido, é possível observar que a estética na verdade está ligada diretamente com a criação e é tida como base para toda e qualquer criação artística. A estética por si só não é quem define o belo ou o feio, e muito menos faz distinções do mesmo, pois além dela

está o observador que julga o objeto de análise. A percepção estética parte de nós e essa visão e entendimento da mesma faz parte de algo já atrelado ao indivíduo.

Deste modo pode-se concluir que a estética existe em tudo e no todo, entretanto, além de passar por mudanças diariamente, está atrelada diretamente à nossa sensorialidade. Assim, é uma experiência perceptiva muito particular, se dando, às vezes, através do contato com as artes, imagens, fotografias e assim por diante, frente a tudo aquilo que nos aflora.

2.1 A ANÁLISE POR TRÁS DA ESTÉTICA

Como já visto anteriormente, a relação expressa por meio da arte, depende da intenção de quem a vê. Bela ou não, a estética existe e é considerada fundamental para a interpretação ou produção da arte. Neste trabalho, nosso ponto principal de análise, envolvendo a estética, é a sua relação com a fotografia.

Deste modo, de acordo com Gombrich (1999) a imagem é vista como uma mensagem visual, por conter diversos signos, múltiplos significados e significantes, torna-se a linguagem visual, bela ou não, agradável ou não, logo associamos a algo, inconscientemente, assim, torna-se uma forma de linguagem e expressão, pois está carregada de representações. Assim, é possível perceber que Gombrich está afirmando que uma fotografia é uma linguagem multimodal, conceito que trabalharemos mais adiante.

Para Dondis (2015) sempre que alguma imagem é pintada, projetada, esboçada, etc. a obra é composta por uma lista básica de elementos que constituem o todo. Os utensílios visuais fazem parte de uma substância básica do que vemos. Entretanto, a autora ressalta que não deve confundir os elementos visuais com os materiais ou o meio de expressão em alguns casos. Neste sentido, a ambiguidade visual não deixa claro a intenção compositiva, mas sim o significado.

O processo de equilíbrio natural seria refreado, tornar-se-ia confuso e, o que é mais importante, não resolvido pela fraseologia espacial sem significado da figura. Existem, aqui, implicações da máxima importância para o alfabetismo visual. Expandir nossa capacidade de ver significa expandir nossa capacidade de entender uma mensagem visual, e, o que é ainda mais importante, de criar uma mensagem visual. (DONDIS, 2015)

De acordo com Barthes (1984), a fotografia em sua linguagem nunca é concreta totalmente, levando em consideração que a interpretação da mesma parte de indivíduos diferentes, ou seja, não tem uma mesma interpretação por diversas pessoas. Suarez e Nina (2021) citam Gombrich (1999) e trazem um panorama do que é preciso para ter a compreensão da imagem como meio de comunicação: “Tudo que precisamos no mundo

contemporâneo é de um olhar mais aguçado, estético em relação às imagens, sejam elas clássicas ou contemporâneas, belas ou feias, horríveis e monstruosas, pois cada vez mais somos influenciados pelos meios de comunicações visuais, precisando assim nos estimular a uma leitura de mundo através das imagens”. Entretanto, imagens podem ter vários sentidos e significados, tal conclusão é estabelecida de acordo com o olhar do observador, uma vez que cada um carrega consigo um olhar singular baseado em experiências individuais. Essas experiências moldam o olhar estético, podendo enriquecer ou não a interpretação de algum objeto, como por exemplo, uma imagem.

Para Paiva (2006) a estética, vista por uma perspectiva fotográfica, é quando percebemos que a fotografia é o estudo dos efeitos de criação artística que dominam a ideia da matéria por meio da racionalidade compositiva, inventada e construída. Além de suscitar por meio da arte diversas emoções e sentimentos, entretanto, a fotografia por ser, pretensa e supostamente, uma cópia fiel do que está de fato ocorrendo, é sempre vista como uma mensageira da realidade, a fim de receber uma aplicação de conceito, o que pode a distinguir, unir ou até mesmo aproximar os signos e os significantes da comunicação e da arte.

Isto é, a fotografia quando elucidativa ou investida do que vem da estética, no sentido de modelo referencial, a sensibilidade existente está na razão objetiva dentro de uma ordem prática (PAIVA, 2006). Em resumo, quando algo é evidenciado e revelado não traz à tona apenas a discussão sobre efeitos transcendentais das maneiras de representação imagética nos meios de comunicação, mas também os fatos noticiados, a mensagem por meio da imagem. Deste modo, pode-se afirmar que a fotografia é parte de uma comunicação direta e documental, tal como afirma Paiva (2006), a mesma é fornecida pela arte e revelada pela formulação de acordos criativos que a acompanham, assim, pela ampliação na comunicação teórica das mensagens e códigos.

No jornalismo, por exemplo, a fotografia pode ter diversos papéis. Um deles é a possível popularização da fotografia como arte, esse ponto pode ser o que gera a questão da comunicação e da arte, pois além de expressar o fato noticioso pode ser utilizada como um simples documento ou um objeto estético, mesmo sendo uma fotografia possível objeto de análise, que tenha ligação com a realidade, fatos e experiências. Entretanto, com um olhar mais apurado e afiado, olhando para além da imagem, conseguimos captar as mensagens e a intencionalidade da comunicação da mesma. “Elas têm vida própria numa realidade criativa pausada pelas investidas nas captações de luz, do dispositivo, da revelação daquilo que é real, aparente, gráfico, implícito e revelado no conhecimento de representação. Na integridade compositiva do autor, relacionado com o indivíduo e com o público.” (PAIVA, 2006, p. 3).

Na fotografia, a estética é perceptível a partir de elementos e fragmentos que a compõem como, por exemplo, iluminação, contrastes, linhas, temas, entre outros. A partir disso é possível perceber e compreender que a mesma (estética) já faz parte de valores naturalizados da fotografia. Nesse sentido, há inúmeras possibilidades dentro da estética que podem ser analisadas em fotografias e até mesmo em imagens em movimento, como em filmes, por exemplo.

Entre as possibilidades estéticas existentes, podemos citar a estética *film noir*, inspirada em filmes policiais da década de 50, com fotos em preto e branco, além do alto contraste e da utilização de sombras. Também é possível abordar a estética romântica existente em fotografias. Os elementos que marcam esse tipo estético são compostos por luzes suaves, modelos com aspecto de realeza, além de poses consideradas rígidas. Dentre os estilos mais ordinários estão também a estética feminista, além da estética *boho*.

Neste sentido, as fotografias são compostas por aspectos subjetivos, sendo estes ligados diretamente à estética. Elementos que por trás de uma análise estética, fazem sentido ao todo ali retratado. Com isso, a experiência visual torna-se mais rica e mais conceitual no que diz respeito ao todo, seja belo ou não. A estética existente em fotografias também age como um ato comunicacional, pois abrange a cultura, representa aspectos sociais, evidencia a realidade, sendo de caráter documental, entre outras características passíveis de análise. Bonini (2016) diz que uma fotografia ao ser julgada como forma de expressão e representação por meio das obras produzidas por determinado indivíduo, essas imagens que fixam instantes e que relatam uma realidade, passam a ser vistas como objetos de arte. Neste sentido, esse pensamento leva em consideração questões como a subjetividade e que para além disso, os critérios hierárquico de valor apresenta uma certa vulnerabilidade de julgamento por quem cria e pelo observador, que além de observar, faz apontamentos acerca da estética existente. “A estética enquanto fator impregnado social que cria paradigmas do que pode ser julgado belo ou não, agradável ou não, corresponde também como um fator que impulsiona as avaliações imagéticas e, nesse sentido, abarca diversas questões que abrem espaço para algumas realidades, como a espetacularização dos objetos representados fotograficamente” (BONINI, 2016, p. 292), assim, no imaginário social, é possível analisar e ainda, superestimar o que se vê, logo, essas questões podem estar ligadas às causas do consumo da massa. Para Santaella (2002) a estética revela algo semelhante a um ideal que é capaz de direcionar o sujeito a experiência com o objeto, no sentido de almejar, com algo que considera belo ou agradável aos olhos.

Além disso, não só questões do elevado consumo estão ligadas a maneira como vemos e interpretamos as imagens, por meio das mudanças culturais baseadas na estética e ao comportamento da sociedade sobre o contato com arte ou imagens, sobre o sentir, entender e discutir aquilo que se vê. “Tal ideia convida a refletir sobre a vivência com essas imagens e sobre como se comporta o sujeito em relação a esse contexto onde não se tem tempo para pensar o pensamento [...] um pensamento reflexivo no tocante às imagens que muitas vezes passam despercebidas” (BONINI, 2016, p. 292). Assim como aponta Bonini (2016) a receptividade do sujeito frente ao que se vê, não toca apenas na sensibilidade, mas está ligada também à experiência estética, juntamente aos padrões estéticos existentes.

Dessa forma, podemos dizer que para além do se que vê, instantaneamente estamos ligados aos padrões estéticos pré-estabelecidos e com isso, muitas vezes as imagens passam despercebidas. Assim, é possível observar tais padrões já determinados por meio de comportamentos sociais e de como a fomentação de ideias são colocadas em prática em um determinado período. Por meio disso nasce então a noção sobre a estética. “A estética sempre foi e é contemporânea, um caráter que conduz comportamentos e pensamentos” (BONINI, 2016, p. 293).

Assim, podemos concluir que além de estar relacionada ao belo, ao feio, a filosofia, a estética, ainda liga-se naturalmente a forma como agimos em sociedade, seguindo um fluxo natural de ação social. Portanto, pode-se dizer que a estética, mesmo que ligada a padrões já estabelecidos e subjetiva, pode ser vista e experienciada de maneira direta, a partir do momento em que seja tida como elemento crítico. Deste modo, a moda, por exemplo, está quase para a mesma utilização da estética nesse sentido crítico, uma vez que por meio da estética nossas ações são ligadas ao social e por meio da moda, muitas vezes, conseguimos expressar a nossa individualidade frente a esse coletivo.

2.2 A ESTÉTICA E A MODA

A partir da moda, inúmeros estudos relacionados à sociedade podem ser feitos, apesar de parecerem frívolos para alguns. Quando se pensa ou fala em moda, indiretamente pensa-se em algo efêmero, entretanto, é com a moda que é possível fazer distinção de classes, mudança de hábitos, analisar períodos históricos, sociológicos, econômicos e por meio da moda é possível estudar a evolução da humanidade. Cláudio Marra (2008, p. 15) afirma que “A moda é algo mais articulado, que não se limita a simples roupa: é um fenômeno complexo

que concerne e relaciona entre si comportamentos, modos de ser, formas de linguagens e qualquer outra escolha graças à qual estruturamos o nosso ser no mundo”. Assim como ressalta Sudjic (2010), em seu livro intitulado *A Linguagem das Coisas*:

[...] a moda tem a capacidade de apertar todos os botões da vida contemporânea. Representa uma convergência entre a alta cultura e a arte popular, que lhe dá um poder verdadeiro [...] a moda é a forma mais desenvolvida de obsolescência embutida, a força motriz da mudança cultural (SUDJIC, 2010, p. 141 e p. 165).

Para Marra (2008), baseado em estudos de Lars Svendsen (2010) e Lipovetsky (2009), na moda existem dois conceitos: o primeiro seria a moda como vestuário e como ou o que influencia as pessoas a fazerem escolhas sobre o que estão vestindo; e, o segundo conceito, é baseado na moda como sendo uma ideologia social, baseado nas mudanças que acontecem em um curto período de tempo por mero “desejo”, abrangendo a área da indumentária, o que estaria correlacionado a apenas uma pequena parte de um mundo de modas interligadas.

Mas errados estamos ao pensar que desde sempre a moda é moda. Na verdade, a mesma teve surgimento ao final da Era Medieval com rápidas mudanças e figurinos extravagantes. Foi após o Renascimento nos séculos XIV e XVI, como consequência do desenvolvimento do capitalismo e a exploração de novas terras, além do descobrimento de um novo mundo. Por meio das grandes navegações passou a haver o transporte de tecidos de diversas localidades do mundo e, assim, a nobreza, quem detinha poder e acesso a essa novidade na época, criava vestuários autênticos a fim de fazer a diferenciação da alta sociedade e dos trabalhadores.

Só a partir do final da Idade Média é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos e suas extravagâncias. A renovação da forma se torna um valor mundano, a fantasia exhibe seus artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e ornamentações já não é exceção mas regra permanente: a moda nasceu (LIPOVETSKY, 2009, p.24).

A denominação “moda” é base de um conceito da modernidade e neste sentido está atrelado à mudança constante. No entanto, nem tudo que é mudança, é moda. Foi durante o Renascimento que a vestimenta das pessoas passou a ser observada. Até então, não se dava a devida atenção aos figurinos. Assim, por muito tempo, os afortunados eram quem tinha acesso e condições de estar por dentro do que era tendência na época.

No entanto, o que perdurou por anos passou a mudar por volta dos anos 60. Anteriormente, por ser inacessível a todas as classes sociais, apenas a burguesia era quem

detinha o acesso, às outras classes sociais não chegavam perto das novidades. A confecção das peças, antes manual, passou a ser mecanizada e o volume de produção passou a atingir altas escalas e com o custo cada vez menor. Não havia público para uma demanda tão grande. A produção em massa exigia um consumo exacerbado do que era produzido, assim, tornava-se cada vez mais necessário encontrar consumidores. A partir disso, a classe média passou a consumir moda. O vestuário e as novas tendências passaram a ser consumidos não só pela burguesia.

[...] em geral se associa a origem da moda à emergência do capitalismo mercantil no período medieval tardio. A Europa experimentava então um desenvolvimento econômico considerável, e as mudanças econômicas criaram a base para mudanças culturais relativamente rápidas. Foi nesse momento que modificações na maneira como as pessoas se vestiam adquiriram pela primeira vez uma lógica particular: deixaram de ser raras e aleatórias, passando a ser cultivadas por si mesmas. As formas básicas das roupas passaram a mudar rapidamente, e os detalhes superficiais mais ainda. Os trajes começaram também a se parecer com os modernos por serem adaptados ao indivíduo e o corte passou a ser modificado de quando em quando sem nenhuma razão aparente exceto a própria mudança (SVENDSEN, 2010, p. 14).

Na alta sociedade daquela época, a moda era assunto rotineiro na Europa. A realeza quem impunha a estética da sociedade por meio de suas vestimentas.

Hoje, vista como forma de expressão individual, a partir da moda pode-se dizer que entendemos o tempo e a sociedade em que vivemos. O modo de agir e pensar social está diretamente ligado à moda, embora por diversas vezes não percebamos este fenômeno. Fundamental na modernidade, deixou de ser de interesse apenas para a elite e se tornou democrática e acessível a boa parte da população. “Moda é assunto sério, não é frescura. Tem a ver com a vida das pessoas, sua autoestima, imagem profissional e posição social; tem a ver também com cultura e com economia - movimenta uma indústria enorme” (ALI, 2009, p. 218).

A construção do eu individual está ligada diretamente com a moda, porque a partir de como nos vestimos, é possível criar uma identidade particular e expressar de maneira visual o que somos de fato. Segundo Svendsen (2010), precisamos expressar de alguma maneira quem somos por meio da nossa aparência visual. Com isso, é possível e notório que de frívola e superficial nada tenha.

Atrelada à estética, muitas vezes a moda é encarada como arte, entretanto, nem todos a consideram como expressão artística. Alguns estilistas, há um tempo, posicionaram-se sobre este efeito, uma delas, por exemplo, foi Coco Chanel, que afirmou que a moda não é arte, “[...] mas sim uma profissão como outra qualquer e que o fato da arte se servir da moda, já é uma glória para esta última. Para a estilista, um vestido não é nem uma tragédia, nem um

quadro; é uma charmosa e efêmera criação, não uma obra de arte eterna, pois a moda deve morrer e morrer rápido, para que o comércio possa viver” (CIDREIRA, 2008, p. 50).

Entretanto, em meio a essa discussão sobre ser arte ou não, entramos em algumas análises frente a estética, no sentido de, estar ligada ao imaginário social e ainda mais, fazer parte de algo já citado anteriormente, como por exemplo os padrões pré-estabelecidos na estética. Além disso, a moda também faz parte do comportamento contemporâneo. Apesar de estar ligada sim ao comércio, como poderia não ser arte se desperta em nós sentimentos e reações que estão ligadas diretamente à estética e, por consequência, à arte? Seguindo essa linha de pensamento, é possível sim relacionar a moda à arte. Além da expressão individual do ser, é por meio dela que sentimentos são despertados.

Em princípio, o objeto da moda não precisa de nenhuma qualidade particular além de ser novo. O princípio da moda é criar uma velocidade cada vez maior, tornar um objeto supérfluo o mais rapidamente possível para que um novo tenha chance. [...] a moda é irracional no sentido de que busca a mudança pela mudança, e não para “aperfeiçoar” o objeto, tornando-o, por exemplo, mais funcional (SVENDSEN, 2010, p. 18).

Tal velocidade então, é de certa forma, valorizada pela comunicação, ou seja, pelas revistas do segmento. Fazendo com que quem publica e está por dentro da nova tendência possa liderar o mercado, por assim dizer. Podemos concluir, portanto, que a moda não movimenta apenas o mercado têxtil, ou mesmo o editorial e a imprensa, mas também outros nichos conectados, mesmo que indiretamente, a esse fenômeno contemporâneo que mexe com o imaginário social e desperta o desejo em massa.

2.3 ZEITGEIST, MODA E FOTOGRAFIA

A velocidade citada no capítulo anterior depende de diversos fatores. Aqui, falaremos um pouco sobre o espírito do tempo, o *Zeitgeist*, presente nas mudanças e transições de tendências, costumes, entre outros fatores, além de presente no modo como diversos ramos conectados a esse espírito do tempo se comunicam.

Originário do alemão, o termo é o resultado da união de duas palavras: “*Zeit*”, que significa tempo, época, e “*Geist*”, que significa espírito, essência ou alma. Esta união pressupõe que “uma época possui uma alma, uma essência própria e única que é fruto da

conjuntura daquele momento” (Araujo, 2015, p. 16). Desta maneira, a utilização do termo traz consigo o entendimento de um determinado povo em uma determinada época.

O consumo pela moda e por moda no dia-a-dia influenciam desde muito cedo na maneira como nos sentimos influenciados e nos influenciemos com o outro, no entanto, tal movimento vem de épocas em que, a indumentária se resumia a uma amostra sobre o estilo de vida de determinada classe. O termo utilizado para falar sobre a transição de tempo em relação à moda, é o *Zeitgeist*.

Os valores socioculturais refletem o espírito do tempo, que se fragmenta em distintas tendências de comportamento e consumo, que se revelam e se hibridizam em diferentes manifestações culturais, denunciando a alma de uma época por meio da arte, da moda, do design, da publicidade, etc. Em outras palavras é como se juntas todas as tendências formassem um patchwork ou quebra-cabeça que denuncia a sensibilidade dominante de um determinado período. (SILVA, 2015, p. 33).

Assim como afirma Silva (2015), as mudanças vistas e experienciadas por tais povos estão ligadas a este espírito do tempo, o qual influencia outros em diversos setores da sociedade, seja as estéticas, que influenciadas por este movimento, criam novas tendências e conseqüentemente, induz a maneira como sentimos e somos afetados. Para Hegel (1999) absolutamente tudo interfere no clima de uma época, seja a economia, ideologia, tecnologia, cultura, religião, além dos saberes carregados de geração a geração até aquele momento, sendo esta, consequência da união do passado de um grupo com um novo contexto com um tempo diferente. Na visão hegeliana, por exemplo, as manifestações artísticas estão conectadas à cultura por milhares de fios, com a diferença de que para a pesquisa de tendências são analisados variados estilos de manifestações e não apenas as expressões estéticas (Silva, 2015).

Os valores socioculturais refletem o espírito do tempo, ou *zeitgeist*, que se fragmenta em diferentes tendências de comportamento e consumo, que se hibridizam e se revelam em diferentes manifestações da cultura contemporânea, e juntas, formam um patchwork que denuncia a sensibilidade dominante. (SANTOS, 2022, p. 21).

Assim como afirma a autora, o espírito do tempo está ligado diretamente com as mudanças manifestadas na sociedade.

A isso, soma-se a oportunidade de discussão do consumo como fomentador de práticas culturais que significam e re-significam o cotidiano das pessoas, atribuindo sentido para os bens por meio de narrativas construídas por diversas linguagens e estéticas de representação que registra e revelam o espírito do tempo, como o *design*

gráfico, a fotografia, a literatura, a moda, entre outras, principalmente por meio da publicidade. (SILVA, 2015, p. 25).

A fotografia e a moda, como citados por Santos (2022) são bons exemplos do espírito do tempo e, além disso, podemos considerar para esta pesquisa, uma vez que fotógrafos de diferentes tempos realizavam e ainda realizam a leitura do tempo presente à maneira do que é visto. Na fotografia de moda, por exemplo, vários estilos e tendências eram clicados de acordo com o que estava em alta. As técnicas também foram sendo aperfeiçoadas e, de certa forma, modificadas de acordo com o que era vivido pela sociedade em determinado momento. “Os valores, os costumes e as movimentações culturais e sociais que formam o espírito de uma época podem ser detectados por meio de sinais que também se manifestam midiaticamente, daí a importância da monitoração de todos os tipos de canais comunicacionais.” (SILVA, 2015, p. 85).

Como afirma a autora, é possível ver a transição do tempo por meio das mídias, assim, este conceito e este olhar pode-se aplicar na fotografia, entretanto, nosso foco por ser na fotografia de moda, seguiremos nesta linha pelos próximos capítulos, a fim de termos um panorama geral de como o zeitgeist influenciou neste aspecto da comunicação em meio à moda.

2.4 A ESTÉTICA NA FOTOGRAFIA DE MODA

Como visto no capítulo anterior, as estéticas adotadas em determinados períodos estão relacionadas diretamente ao zeitgeist e de certa forma, não há dúvidas de que a vida contemporânea tenha sido influenciada pelas transformações instauradas por meio da fotografia. Em textos verbais, a palavra é fundamental, enquanto elementos visuais, ilustrações, formatos, entre outros, passam a ser secundários ou utilizados apenas como apoio. Entretanto, no meio de comunicação visual, ocorre o contrário. O visual predomina, o verbal tem a função de acréscimo (DONDIS, 2015). Ainda não temos noção, mas de certa forma, grande parte do consumo que exercemos, tem como base a maneira como a fotografia age em nossa psique.

Desde o surgimento do primeiro daguerreótipo, em 1837, incontáveis imagens foram registradas ao redor do mundo. Momentos especiais, históricos, guerras, caos, emoções humanas e afins, tornando-se uma maneira de eternizar, denunciar, informar e até mesmo evidenciar determinadas situações. A fotografia pode capturar um momento fugaz ou marcar a

passagem lenta do tempo. Ao longo de sua existência de quase 200 anos, desenvolveu-se mais rápido do que qualquer outra arte visual (SMITH, 2018). De acordo com Dondis (2015), a fotografia veio como uma relação especial pela capacidade de poder captar e relatar o que se vê de modo que poucas dúvidas são geradas sobre sua veracidade. A autora ainda afirma que “A câmera constitui o último elo de ligação entre a capacidade inata de ver e a capacidade extrínseca de relatar, interpretar e expressar o que vemos, prescindindo de um talento especial ou de um longo aprendizado que nos predisponha a efetuar o processo” (DONDIS, 2015, p. 12).

Iniciada como maneira de imitar pinturas, foi por meio do Pictorialismo que a fotografia ganhou espaço e se consolidou como forma de se tornar parte do que o mundo estava transformando. De acordo com Kossoy (2014):

Das excursões daguerrenas às primeiras tentativas de conquista do espaço sideral, por onde quer que o homem tenha se aventurado nos últimos 170 anos, a câmera o tem acompanhado, comprovando sua trajetória, suas realizações. Seja como meio de recordação e documentação da vida familiar, seja como meio de informação e divulgação dos fatos, seja como forma de expressão artística, ou mesmo enquanto instrumento de pesquisa científica, a fotografia tem feito parte indissociável da experiência humana. (KOSSOY, 2014, p. 171).

Hoje, dividida e segmentada em gêneros, temas, técnicas e obras, a fotografia se permite ser desde documental até mesmo expressão cultural de um movimento ou momento. De acordo com Smith (2018) os temas muitas vezes abrangem uma variedade de gêneros ao longo da história da fotografia, destacando as diferentes abordagens tomadas pelos fotógrafos.

Em diversos estilos fotográficos, uma gama de mensagens era e ainda é o principal ponto a ser mostrado. Na fotografia de moda, por exemplo, de início o foco parece ser a vestimenta ou composição a ser mostrada, no entanto, por vezes o que menos importa é a indumentária, pois a partir de tal fotografia o que é proposto é o estilo de vida, a ambientação, a beleza, que até pode ser alcançável para quem está consumindo aquele conteúdo ou aquela imagem.

Diante da fotografia de moda nós substancialmente experimentamos uma possibilidade de comportamento, ou pelo menos a imaginamos, a desejamos, porque a imagem propõe-nos uma espécie de protótipo de vida, uma experiência de estilos e de modos de ser. (MARRA, 2008, p. 15-16).

Desde enquadramentos, angulações, cenários, poses e utilização das cores, cada elemento que compõe uma fotografia de moda significa algo. Tudo é feito para vender. Tem a função de passar uma mensagem ou evidenciar uma tendência. Os fotógrafos pioneiros de moda, barão Adolf De Meyer (1868), Edward Steichen (1879), Man Ray (1890), Martin

Munkacsi (1896), David LaChapelle (1963), entre outros grandes nomes, tiveram grande influência no mundo da moda. Adolf de Meyer, por exemplo, é tido como um dos responsáveis pelo sucesso de revistas de moda como a Harper's Bazaar e a Vogue. Além disso, boa parte do reconhecimento frente a esses profissionais muitas vezes são mais focados no imaginário criado a partir da fotografia do que no real e tal efeito se dá, principalmente, pelas inspirações e influências de alguns movimentos artísticos utilizados como base por esses profissionais.

Tais movimentos, os que mais contribuem para essa expressão criada por estes fotógrafos, deram-se a partir da chegada da Primeira Guerra Mundial, em que houve um grande desenvolvimento acerca de movimentos artísticos e culturais. Artistas daquela época mostraram um grande interesse em uma mudança relacionada aos limites e conceitos da arte, a partir disso houve o surgimento dos “ismos” na história da arte. O futurismo, o dadaísmo e o surrealismo. Talvez, os pilares para o que hoje vemos na estética da fotografia de moda. Além disso, tais movimentos tinham como objetivo ser contrário ao Pictorialismo naquela época.

O futurismo, iniciado por meio do movimento literário em 1909, na Itália, exaltava a modernidade, as máquinas, a violência e a velocidade, o movimento. Por meio do Manifesto Futurista (1909), escrito por Filippo Tommaso Marinetti (1876) era apreciada a “beleza da velocidade”. Para Hodge (2021) “Os objetivos do futurismo eram romper com o passado, destruindo assim as tradições italianas, e criar uma nova arte que incorporasse a tecnologia, a força e a energia. Desejando se afastar definitivamente do que viam como um fardo histórico”. No movimento futurista eram incluídos pintores, escultores, músicos, arquitetos, escritores e designers. Parecida com o cubismo, suas características eram as formas facetadas, coloridas e dinâmicas.

O dadaísmo, nascido em Zurique, na Suíça, se deu como reação aos horrores da Primeira Guerra Mundial, quase como um movimento “antiarte”, similar ao surgimento do cubismo, futurismo, construtivismo e o expressionismo, o movimento envolveu artes como o teatro, a poesia, a música, o designer, a fim de romper com o passado e os sentimentos que envolviam a guerra. Além de antiguerra, era um movimento antiburguês e partia de uma esquerda radical, tornando-se basicamente um movimento anárquico com o objetivo de provocar repulsa estética e, até, moral. “A arte produzida individualmente pelo dadaísta rejeitava as convenções e era extravagante, colorida e absurda. Empenhados em causar impacto, indignação e ofensa, todos os dadaístas procuravam mostrar irreverência e desrespeito” (HODGE, 2021, p. 38). A partir disso nasciam as colagens e as montagens, com o foco na luta contra o movimento fascista.

O surrealismo, originário do dadaísmo, nasce em Paris, por volta de 1920 como um movimento de expressão e sensações do inconsciente. Foi a partir do Manifesto Surrealista, lançado em 1924 por André Breton (1896-1966) que o movimento ganhou força, sendo um movimento político e intelectual. Breton tinha influências de Karl Marx e, também, Freudiana, que via o inconsciente por meio de sonhos, uma forma de criação. “Inicialmente relutantes em se associar a artistas plásticos, os poetas surrealistas acreditavam que a criação artística deliberada era incompatível com sua espontaneidade e expressão desinibida” (HODGE, 2021, p. 41). O primeiro artista a explorar o surrealismo como manifestação de sua arte foi Max Ernst (1891). Uma das principais diferenças do surrealismo para o dadaísmo é a liberdade do artista em criar por meio de sonhos, delírios e alucinações, completamente contrário ao dadaísmo que tinha como intuito a “destruição” como forma de expressão artística.

Por meio destes movimentos, que ganharam força na maneira de se expressar, fotógrafos também adotaram, e adotam até hoje em suas composições, tais características. De Meyer, por exemplo, tinha em sua fotografia um estilo sonhador, com a utilização de luzes, brilhos reluzentes e a técnica do foco suave, conhecida como “fou”, performatizada ao colocar seda na frente da objetiva e fotografar mulheres da alta sociedade. Ele criou o que a revista Vogue chamou de “fotografia artística”. Já Steichen utilizava muitos recursos de iluminação e perfeccionismo e, por isso, a sua fotografia entrou para a história como a primeira capa colorida da revista Vogue. Ray, um tanto quanto excêntrico e peculiar no que fazia, migrou do dadaísmo para o surrealismo na fotografia. Foi o responsável por unir arte e moda em uma fotografia. Sempre optando pelo diferente em suas composições, Marra (2008, p. 123) alega que Ray era um “Artista atento ao resultado formal de seu trabalho seja ele obtido por meio da escolha de um enquadramento particular, de um jogo de luz, um efeito provocado por um contraste audaz, por um bizarro exercício gráfico, por um hábil truque de impressão, ou por qualquer outro meio”. Munkacsi, fotojornalista especializado em esportes, deu vida à fotografia de moda que priorizava o movimento, a ação, claramente característica do futurismo, como já citado anteriormente. LaChapelle era conhecido pelo uso de ironias, saturação, exageros, além de ser responsável pela caracterização de cenários fictícios e artificiais. Um breve panorama de como fotógrafos daquela época utilizavam movimentos artísticos em suas composições. Até hoje esses estilos estão presentes em editoriais de moda.

Boris Kossoy (2014, p. 147), afirma que pelo fato da fotografia servir de documento histórico, é possível identificar em qual época tal imagem foi realizada levando em consideração as técnicas utilizadas, mesmo sem ter um panorama do ano em que foi criada.

Apesar dos possíveis estilos e estéticas fotográficas aqui citadas, muitos outros estão presentes no mundo da moda a fim de criar uma estética que faça sentido ao editorial proposto, por exemplo, ou ainda, a fim de se dirigir a um público específico.

3. ANÁLISE CRÍTICO-DISCURSIVA

De antemão, ao introduzir neste capítulo o conceito de discurso, devemos fazer algumas distinções teóricas a respeito do entendimento de análise de discurso utilizada aqui. Ao propormos trabalhar com discurso na pesquisa social, utilizaremos os entendimentos teórico-metodológicos propostos por Fairclough (2003) e Habermas (2002 [1985]) e suas concepções acerca da Análise Crítica do Discurso (ACD).

Discurso enquanto conceito, embora também abarque questões da linguagem oral e escrita, vai além disso. A interlocução discursiva adentra outras maneiras semióticas de produção de subjetividade, como a utilização de imagens, que fazem parte de um processo contemporâneo de grande parte dos meios de comunicação. Assim, utilizar-se da mistura entre texto e imagem serve para transmitir uma ideia intencionalizada para o público em geral (SILVA, RAMALHO, 2012).

Ao utilizarmos essas concepções, temos a clareza e a obrigação de entender o discurso que permeia a sociedade enquanto uma prática social, e a conjuntura do uso da linguagem neste meio é essencial. Dentro deste contexto, a ACD traz um foco interessante, que busca evidenciar a ligação entre linguagem e poder. Vale ressaltar que o termo ACD tem sido frequentemente utilizado para descrever a abordagem linguística crítica (LC), onde se considera a “unidade mais ampla do texto como a unidade comunicativa básica” (WODAK, 2004, p.223). Não é incomum as pesquisas que se utilizam deste aporte teórico se voltarem de maneira mais específica para os discursos de cunho político, institucional, de gênero social e de mídia, pois os discursos atrelados a estes meios costumam perfazer relações de conflitos sociais (WODAK, 2004).

Essa importância dada ao discurso faz parte do resultado de dois movimentos decorrentes e interligados com o pensamento ocidental do final do século XX, são eles: o giro linguístico e o aumento da reflexividade social. O primeiro principiou um movimento no qual a linguagem tornou-se o produto principal do âmbito mental, representativo e de conhecimento. Dessa forma, a preocupação com a linguagem não pode mais ser desassociada de um entendimento progressivo dela enquanto prática (ROJO, 2005).

Ao falarmos de prática associada ao uso linguístico e discursivo, falamos de um exercício que se efetua na sociedade e, ao mesmo tempo, é socialmente disciplinado. Esse exercício se traduz como modos de ação, que autorizam agir sobre nós mesmos, sobre os demais e sobre o universo no nosso entorno. Posteriormente, com os avanços destas concepções e com o que podemos entender como terceira etapa do giro linguístico, o giro discursivo, percebemos a grande capacidade dessa teoria, esclarecendo como, através destas práticas discursivas, organizam-se as práticas sociais, que permeiam todos os âmbitos da sociedade, e fazem com que os atores sociais produzam e sejam produzidos discursivamente (ROJO, 2005).

Assim, os avanços teóricos deram ênfase à utilização de códigos linguísticos como um desdobramento da vida social, trazendo a compreensão da linguagem enquanto parte integrante da formação humana. Dessa forma, o foco do desenvolvimento da teoria no potencial discursivo esclareceu o fato de que a linguagem não só representa e designa as coisas, mas também as constitui e legitima eventuais práticas. A reflexividade social vem ao encontro de relevância sobre a corrente proposta aqui, a ACD, já que o pensar criticamente sobre as práticas discursivas e como a sociedade a “monitora” para um uso mais interdisciplinar, tem fim de incrementar uma nova maneira de se pensar os próprios discursos e os alheios, e seus efeitos como, por exemplo, a utilização de discursos menos sexistas e racistas nos âmbitos institucionais (ROJO, 2005). Assim, de acordo com Wodak (2004):

[...] a noção atórica de ‘crítica’ [...] enfatiza o sentido costumeiro de “crítica que esse tipo de pesquisa personifica”. Dentro desse ‘espírito crítico’, eu gostaria de apresentar uma descrição panorâmica de alguns princípios teóricos básicos da LC e da ACD, e breves descrições das mais proeminentes escolas que emergiram dentro da LC e da ACD. De fato, a heterogeneidade de abordagens teóricas e metodológicas representada nesse campo da lingüística tende a confirmar a opinião de van Dijk de que a ACD e a LC “são, quando muito, uma perspectiva compartilhada sobre como fazer análise lingüística, semiótica e do discurso” (VAN DIJK, 1993, p. 131) [...] Essa perspectiva compartilhada está relacionada ao termo ‘crítica’ que, no trabalho de alguns lingüistas críticos, pode ser inicialmente ligado à influência da Escola de Frankfurt ou de Jürgen Habermas (THOMPSON, 1988, p. 71; FAY, 1987, p. 203; ANTHONISSEN, 2001). Atualmente, entretanto, o termo ‘crítica’ está sendo usado, de modo convencional, num sentido mais amplo, denotando, como argumenta Krings, a combinação prática do “engajamento social e político” com “uma construção de sociedade sociologicamente embasada” (KRINGS et al., 1973, p. 808), e ao mesmo tempo reconhecendo, como aponta Fairclough, “que, em questões humanas, as interconexões e as redes de causa e efeito podem ser distorcidas a ponto de saírem do campo de visão. Assim, a atividade crítica consiste, essencialmente, em tornar visível a natureza interligada das coisas. (FAIRCLOUGH, 1985, p. 747; veja também CONNERTON, 1976, p. 11-39).

A autora traz ainda que a ACD se interessa pelo estudo das “relações estruturais, transparentes ou veladas, de discriminação, poder e controle manifestas na linguagem” (p. 225), ou seja, busca lançar um olhar crítico para como a desigualdade é manifesta, marcada, pelo uso da linguagem ou no discurso. Faz-se pertinente trazer as postulações de Habermas (1977) que clarificam a linguagem também como um aparato de dominação e força social, ela valida relações de poder sistematizado, dessa forma, o uso da linguagem e do discurso também é ideológico (WODAK, 2004).

Fairclough (2003) também diz que a semiótica auxilia a reestruturar o capitalismo e sua forma de organização em nova escala, viabilizado pelo avanço tecnológico da informação, a partir disso é notório o, digamos, nascimento da multimodalidade, como uma das primeiras mudanças sociodiscursivas. Textos com diversas linguagens semióticas, sendo elas, cores, desenhos, fotografias, efeitos sonoros, vídeos, entre outros, são vistos como símbolos da modernidade tardia, assim como sugere Fairclough (2003).

Para Kress e Van Leeuwen (1996, 2000), “todo discurso é multimodal”. A partir desse entendimento, ambos criaram um sistema de estudo baseado na Gramática Sistêmico-Funcional (GSF), também denominada de Gramática do Design Visual. A multimodalidade vista sob o olhar de Halliday (1994), versa que todos os modelos semióticos têm recursos que possibilitam a comunicação de funções básicas, tais como construir representações da realidade, tidas como a função ideacional; estabelecer relações sociais e interações, organizar combinações de representações e interações em tipos de conjuntos chamados de textos ou eventos comunicativos, voltados para o textual. Essas características são chamadas, por Kress e Van Leeuwen (1996,2000) ao se referirem à gramática do design, de significados representacionais, interativos e composicionais. Na mesma linha, Pardo Abril (2008) indica que todo discurso é multimodal e provoca um reconhecimento do entrelaçamento entre os diversos elementos e sistemas de signos que são envolvidos e atualizados, tidos como modos, mecanismos e recursos, que assim, tomam espaço no processo comunicativo e, disso, procede a comunicação.

Levando em consideração a Gramática do Design Visual, que estuda imagens sob a perspectiva do discurso, a mesma se faz necessária na elaboração deste trabalho, uma vez que precisamos dela para encarar a obra e visualizar verdadeiramente seus elementos. De acordo com a teoria do design criada por Kress e van Leeuwen (1996, 2000), a maneira como os elementos se sobrepõem no texto visual dão origem a algumas estruturas conceituais que serão analisadas posteriormente, sendo elas analíticas, simbólicas e classificatórias. Assim como explica Silva e Ramalho (2012):

O design visual como troca de experiências, ligado à função interpessoal da linguagem, pode ser analisado com base nos tipos de contato visual, enquadramento, perspectiva e modalidade, por exemplo. Associadas a textos verbais, ou mesmo sozinhas, imagens podem sugerir demandas em trocas de atividade, ou ofertas em trocas de conhecimento/informação. (SILVA E RAMALHO, 2012, p. 14)

São diversos os elementos e características que se sobressaem na Análise Crítica do Discurso. Isso porque, sob o ponto de vista da ACD, todos os aspectos semióticos, desde enquadramento, posicionamento de elementos, entre outros, precisam ser analisados sob questões sociais, levando em consideração a ordem do discurso em disputas de poder.

Por isso, a análise discursiva contempla as complexas intersecções de diferentes formas e tipos de discurso, e inclui análise interdiscursiva, isto é, análise das maneiras como diferentes ordens do discurso são articuladas, combinadas, excluídas, no complexo de lutas hegemônicas. Esse tipo de análise permite problematizar potenciais efeitos ideológicos de (sentidos de) textos sobre relações sociais, ações e interações, conhecimentos, crenças, atitudes, bem como valores e identidades. (SILVA E RAMALHO, 2012, p. 14)

Em suma, a ACD, quando empregada para análise de imagens, pode tornar desafiador o esforço do pesquisador, por ser algo “evidente e de fácil 'tradução' não necessitando de nenhum tipo de letramento formal” (DE CARVALHO LUSTOSA, 2017, p. 98). Com a grande diversidade de elementos que compõem uma imagem, com muitos signos implícitos, a leitura se torna um tanto quanto complexa, entretanto, a mesma pode ser investigada por meio de análises linguísticas. Por essa questão que se faz tão importante e essencial neste trabalho, a fim de trazer à tona o que muitas vezes o olho “nú” não consegue captar e traduzir/sintetizar a mensagem em outra modalidade, a verbal.

3.1 UTILIZAÇÃO DO DISCURSO

Tendo havido a explanação que viabiliza um princípio de compreensão sobre o que é a ACD, partimos para exposição de objetos sobre os quais seu emprego pode ser efetuado. A aplicação teórica, no entanto, será realizada em imagens, como já mencionado anteriormente. Os conceitos existentes para a linguagem escrita, aqui serão direcionados, convertidos e adaptados à linguagem visual.

Desta maneira, para realizar uma análise minuciosa de imagem é necessário que haja a desconstrução das imagens e uma série de trabalhos com os signos, a fim de revelar sua verdadeira realidade e o que manifesta o imaginário social. Para Dondis (2015, p. 52) "São muitos os pontos de vista a partir dos quais podemos analisar qualquer obra visual; um dos

mais reveladores é decompô-lo em seus elementos constitutivos, para melhor compreendermos o todo”.

A semiótica tem esse papel crucial de trabalhar, principalmente, com o signo das coisas. Neste sentido, a imagem é considerada como signo. Esse olhar analítico visa um “[...] paralelo entre a expressão da imagem (o que ela mostra) e o seu conteúdo (o que ela significa); a realidade exterior a que ela faz referência (significante) e o conteúdo material da imagem (significado).” (DE SOUZA e CUSTÓDIO, 2005, p. 238). Com isso, e tomando por base as afirmações dos autores De Souza e Custódio (2005), as fotografias que são produzidas e veiculadas nos meios de comunicação, a fim de ilustrar conceitos e ideologias da sociedade contemporânea, são submetidas a manipulações de forma sutil, tanto que o observador muitas vezes não percebe o condicionamento e o direcionamento das percepções.

Levando em consideração tal análise, é possível compreender e salientar que o público, de qualquer meio de comunicação, sofre influências em massa, mas não é de hoje que esse efeito acontece. Vale ressaltar que tal efeito pode surtir sentidos contrários no surgimento de novos padrões, a partir da mudança de padrões anteriores, novos são estabelecidos. Para De Souza e Custódio (2005) perceber as flutuações constantes do público afetado pela comunicação em massa é determinante na construção e definições dos editoriais de revistas especializadas, sendo um dos principais meios de comunicação que a moda se utiliza para propagar novos conceitos.

Em revistas como as de moda, o conteúdo não é apenas o que se lê, pelo contrário, vai além. É todo um conjunto que está inserido e deduzido e por meio deste, ousa mostrar os novos conceitos. Com a leitura acentuada das fotografias é possível identificar conceitos, elementos e componentes que transmitem a mensagem, ou seja, o significado. “Toda revista, mesmo que dirigida aparentemente às imagens, como na moda, vem cercada por um todo contexto de matérias e notícias que envolvem o leitor. Deve-se considerar o contexto e o meio em que estas imagens vão aparecer.” (DE SOUZA E CUSTÓDIO, 2005, p. 239).

Durante a análise crítica discursiva da fotografia, todos os elementos em cena precisam ser considerados e analisados. “De certa forma, a maneira como são apresentadas as informações em um texto é importante por mostrar o que o autor elege como principal, ou seja, qual é o seu ponto de partida” (DE CARVALHO LUSTOSA, 2017, p. 98). Na fotografia esse olhar sobre as escolhas inicia com o enquadramento da imagem, o qual pode sofrer intervenções significativas na captura do texto imagético.

Deste modo, apesar de elementos terem seus significados, o todo é quem cria a estética, a mensagem, o verdadeiro sentido e significado proposto. Assim, pode-se dizer que

muito além de desmontar a imagem a fim de analisar elemento por elemento, é importante também olhar o todo a fim de identificar o panorâmico sentido do texto imagético.

3.2 O USO DO DISCURSO E A ESTÉTICA

A partir do referencial teórico abordado e dos pontos ressaltados da ACD e da estética, partimos para o cruzamento e a relação de ambas, a fim de chegarmos a um "ponto de observação" acerca das fotografias de moda, assim como explica Borges (2011, p. 82): “É preciso conhecer a gramática da imagem com a qual se trabalha”.

Deste modo, para que possamos então realizar uma análise articulada e conceitualmente amparada, utilizaremos autores como Santaella, Dondis, Peirce, Joly, entre outros. Para além, o conceito de multimodalidade também será necessário e essencial para a construção de uma análise mais articulada.

Neste sentido, iniciando pela semiótica, Peirce (1978), entende e defende que as pessoas conseguem realizar uma leitura do todo a partir de três elementos denominados por ele: signo, é a parte que representa e é perceptível para alguém; Interpretante, sendo a imagem mental a partir do signo e o Objeto, como objeto propriamente dito. Pierce ainda subdivide o Signo em mais algumas partes, sendo: Símbolo, representação de algo por meio de ensinamentos, convenção e tudo aquilo que a sociedade define como representante de algo (palavra); Ícone, sendo a imagem ou a representação do objeto, criando ligações com ideias, tudo o que é ligado por semelhança (imagem) e por último, o Índice, que para Peirce significa a proximidade com o objeto, tudo o que induz o pensamento ao objeto. Santaella (2015) explica a diferença entre ícone e índice:

Falar de fotografias é já começar a tratar dos índices. A montanha, cuja imagem foi capturada na foto, de fato, existe fora e independentemente da foto. Assim, a imagem que está na foto tem o poder de indicar exatamente aquela montanha singular na sua existência. O que dá fundamento ao índice é a sua existência concreta. [...] Para que a imagem da montanha possa estar, de algum modo, na foto, houve uma conexão de fato entre a montanha e a foto. Mas a foto não é a montanha, apenas a indica dentro de certos limites que são próprios da fotografia. Esse recorte específico que a foto faz do objeto fotografado é o objeto imediato. (SANTAELLA, 2015, p. 18-19).

Deste modo podemos concluir que as imagens podem ser definidas como pontos de índice que serão analisadas em conjunto. Nogueira (2012) afirma que:

O signo imagético é um caso que merece atenção especial. Toda imagem tem o aspecto icônico realçado, por ser análoga à realidade de um determinado momento, que pode ser reconhecido por semelhança. Entretanto, imagens são capturadas em presença, ou seja, há uma ligação existencial entre o fato registrado e a sua imagem. Isso faz da imagem o "rastros" de um momento. (NOGUEIRA, 2012, p.99-100)

Isso, para a autora, significa que uma imagem tem muito mais credibilidade que um desenho, por exemplo. Para Nogueira (2012) ainda é possível que haja três maneiras de reagir ao entrar em contato com o signo, sendo elas: o lado emocional, a lógica e parte a energética. Deste modo podemos perceber então que há diversas maneiras de reação ao encontro de imagens ou palavras. A imagem pode constituir imagem a partir da qual é mais fácil de reagir, uma vez que é possível apreciá-la sem ter total entendimento da mesma.

Ademais, Dondis (2015) diz que todas as obras, sendo elas visuais, podem ser analisadas a partir de diversos pontos de vista, principalmente após a divisão da imagem em elementos para que haja melhor entendimento e leitura do todo que a constitui. Dondis (2015) afirma ainda que “os elementos visuais constituem a substância básica do que vemos, e seu número é reduzido: o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento” (DONDIS, 2015, p. 51). A ligação destes elementos é vista como essencial para a composição do que é produzido pelo fotógrafo:

Criamos um design a partir de inúmeras cores e formas, texturas, tons e proporções relativas; relacionamos interativamente esses elementos; temos em vista um significado. O resultado é a composição, a intenção do artista, do fotógrafo ou do designer. É seu input. Ver é outro passo distinto da comunicação visual. É o processo de absorver informação no interior do sistema nervoso através dos olhos, do sentido da visão. (DONDIS, 2015, p. 30).

Para Dondis (2015) o *input* é a confirmação de que todos os artistas têm uma gama de inúmeras possibilidades para a criação da obra visual, porém, a forma como todos são unidos é que validam a particularidade de sua obra. A maneira como os artistas unem os elementos é que define a linguagem particular da fotografia, criando assim uma identidade visual única e particular daquele fotógrafo. Dondis (2015) afirma ainda que tais variações dependem da expressão subjetiva do artista e que através da ênfase em determinados elementos e da manipulação desses mesmos elementos, por meio da opção estratégica das técnicas, é que o artista encontra seu significado. “O resultado final é a verdadeira manifestação do artista. O significado, porém, depende da resposta do espectador, que também a modifica e interpreta através da rede de seus critérios subjetivos” (DONDIS, 2015, p. 31).

Para Joly (2012) com o estudo ou a abordagem dos modos de produção dos sentidos, por exemplo, a maneira como as significações são provocadas, a isso se pode chamar interpretação. A autora ainda ressalta que tudo o que vemos pode ser considerado signo, eis que tudo o que se vê tem potencial para despertar, nas pessoas, interpretações.

A fotografia, como composição visual, parece atender apropriadamente a essa condição defendida pela autora, afinal trata-se de representação da realidade e, por assim ser entendida, torna-se um signo. Entretanto, tal representação do que é real pode gerar confusão em quem a vê. “A imagem pode se tornar perigosa tanto por excesso quanto por falta de semelhança. Semelhança demais provocaria confusão entre imagem e objeto representado. Semelhança de menos, uma ilegibilidade perturbadora e inútil” (JOLY, 2012, p. 39). Talvez se levarmos em consideração alguns estilos fotográficos, os mesmos se enquadrem na perspectiva da autora.

Pode-se concluir, desta maneira, que mesmo que as imagens fotográficas tenham como objetivo demonstrar/representar a realidade, ainda assim é necessário que haja a delimitação de aspectos que pretendem ser objetos de estudo e de análise, para que então não se torne algo confuso entre imagem e objeto, nem alvo de elegibilidade perturbadora e inútil, como afirma Joly.

4. METODOLOGIA

Para darmos continuidade a este trabalho, a partir deste momento sinalizaremos as condições que serão utilizadas a fim de conseguirmos realizar a análise. Com isso, será realizada uma análise das fotografias de moda baseadas na teoria faircloughiana de Análise Crítico Discursiva (ACD), com abordagem qualitativa, levando em consideração aspectos subjetivos e objetivos presentes na Estética. Além de salientarmos e analisarmos os sentidos e efeitos que a fotografia evoca de maneira implícita, por meio da análise pretendemos identificar, classificar e categorizar elementos ocorrentes e, eventualmente, recorrentes nas imagens constituintes do *corpus*.

Para a análise, dividiremos a metodologia em duas etapas: análise objetiva e análise subjetiva. Na primeira parte, de caráter analítico, descritivo e de abordagem qualitativa, será realizada a identificação dos elementos que compõem a fotografia em suas particularidades. Apesar da identificação dos signos nesse primeiro momento, será necessário também observar com cautela as qualidades que são sugeridas ao espectador. Já a segunda parte, subjetiva de

caráter sintético, será realizada a compreensão dos elementos no contexto específico; determinação do código interno e por fim, a interpretação.

Para culminar na análise conforme descrita acima, as fotografias serão decompostas, interpretadas, organizadas e analisadas, conforme a metodologia de a partir de autores estudiosos da comunicação, com foco em produção de conteúdo, moda, linguagem e fotografia e semiótica. Entre eles estão Martine Joly (2012) e Donis A. Dondis (2015), que nos auxiliaram na análise das imagens, a qual serão divididas as categorias objetivas e subjetivas da estética, além da teoria, tabelas também serão produzidas para a análise.

Barthes (2012), Dondis (2015), Santaella (1985) e Marra (2008) foram os autores utilizados para moda, linguagem visual e a fotografia de moda. E, para a semiótica, além de Fairclough (2000), também utilizaremos alguns conceitos de Peirce (1978), Kress e Van Leeuwen (1996, 2000), entre outros.

Além do estudo por meio de tais autores, será necessário retomarmos a multimodalidade, a qual fará parte da base da análise por trabalhar diversos estilos textuais. Ainda como recurso analítico, também será empregado o conceito de modalização, que em resumo tem como objetivo o comprometimento do autor para com o que é enunciado. Tal conceito pode ser aplicado à imagem, parte que utilizaremos na análise, que nos mostrará como a imagem pode estar relacionada com o mundo e com as pessoas, a fim de mostrar maior ou menor envolvimento, como instrumento de poder das fotografias selecionadas de acordo com o proposto por Fairclough (2001).

Como foco principal da análise, foram escolhidas oito fotografias de moda do por meio do Instagram pessoal do fotógrafo brasileiro, Rafael Pavarotti. Fotógrafo há 15 anos, está realizando inúmeros trabalhos ao redor do mundo ao fotografar corpos negros para grandes veículos de moda, dentre eles, Dior, Vogue, GQ, entre outros. “Em suas fotografias, ele relata sua ancestralidade e brasilidade de maneiras múltiplas e foge das narrativas sexualizadas e clichês associadas à cultura negra, que muitas vezes é retratada como homogênea” (STELZER, 2021).

Dentre as particularidades que caracterizam as composições fotográficas de Rafael Pavarotti, o vasto trabalho realizado com modelos negras é um dos seus diferenciais. A abordagem teórico-metodológica da ACD, neste sentido, torna-se de grande valia e importância, uma vez que a análise crítica discursiva preocupa-se em analisar práticas sociais e as mudanças relacionadas a essas práticas. Quando falamos sobre essas mudanças, ressaltamos aqui que há décadas atrás modelos negras não gozavam do mesmo espaço que modelos brancas, por exemplo. Desse modo, a ACD pode ser uma chave para nos auxiliar na

identificação de elementos sógnicos constituintes das fotografias desenvolvidas por Rafael Pavarotti até o momento.

A ACD é a análise das relações dialéticas entre semioses (inclusive a língua) e outros elementos das práticas sociais. Essa disciplina preocupa-se particularmente com as mudanças radicais na vida social contemporânea, no papel que a semiose tem dentro dos processos de mudança e nas relações entre semiose e outros elementos sociais dentro da rede de práticas. O papel da semiose nas práticas sociais, por sua vez, deve ser estabelecido por meio de análise. A semiose pode ser mais importante e aparente em determinada ou determinadas práticas do que em outras, e sua importância pode variar com o passar do tempo. (FAIRCLOUGH, 2000, p. 309).

Levando em consideração tal afirmação feita por Fairclough (2000), e uma das particularidades ressaltadas do fotógrafo, sob essa perspectiva, durante a análise será realizado um panorama geral de modelos não brancos que estamparam capas de revistas de moda nos últimos anos.

Portanto, a análise das fotografias que será realizada adotará como modelo a pesquisa qualitativa associada ao método indutivo com a finalidade de identificar possíveis efeitos constituintes acerca da fotografia de moda de Rafael Pavarotti, além da identificação de elementos que compõem suas fotografias.

5. O *CORPUS* DA PESQUISA: FOTOGRAFIAS DE RAFAEL PAVAROTTI

Para o *corpus* desta pesquisa foram escolhidas fotografias de moda do fotógrafo afro-brasileiro, Rafael Pavarotti, que por meio de suas fotografias exuberantes utiliza uma saturação cromática¹ excessiva em suas composições, além da tonalidade de pele dos modelos e cenografia chamarem atenção. O trabalho realizado por Pavarotti, se sobressai na fotografia de moda, não só no cenário nacional, mas no internacional, além de ter ganhado espaço no universo da moda ao direcionar seus trabalhos a modelos negros, dando ênfase à negritude.

Para um entendimento acerca dos efeitos constituídos e constituintes da cromática utilizada pelo fotógrafo, nos próximos capítulos haverá a decomposição das imagens a fim de chegarmos às conclusões relacionadas aos signos e significantes das fotografias de Pavarotti.

¹ De acordo com Farina (2006) as sensações visuais cromáticas compreendem todas as cores do espectro solar. Elas são experiências visuais. Denominamos as componentes cromáticas resultantes da refração luz: violeta, índigo, azul, verde, amarelo, laranja e vermelho. (FARINA, 2006, p. 63). Desta forma, a cromática é a competência de combinar cores presentes no círculo cromático de maneira harmoniosa, que permite criar uma identidade visual por meio das cores.

5.2 DECOMPOSIÇÃO DAS IMAGENS

A partir deste momento, iniciamos a decomposição das fotografias de moda de Rafael Pavarotti. Como descrito na metodologia, a seleção das imagens deu-se a partir de fotografias produzidas por Pavarotti e postadas na página do Instagram do fotógrafo. O autor produz imagens em preto e branco, todavia, para a constituição do *corpus* foram selecionadas oito imagens, todas coloridas, postadas nos anos de 2021 e 2022. Outro critério de seleção adotado foi a escolha de apenas imagens com modelos negros, uma vez que é o foco de Pavarotti.

A decomposição das imagens é conduzida, em um primeiro momento, por meio de um Quadro Descritivo Análítico Objetivo, adaptado a partir do quadro para Análises de Imagens Fixas de André Melo Mendes (2019).

Quadro I: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Roupas			
Outros			
Cores			

Figura 1 - Quadro modelo adaptado de MENDES, André Melo (2019)

Deste modo, iniciada a decomposição, torna-se possível perceber a separação dos elementos existentes por meio de possíveis camadas, que serão consideradas e nomeadas como 1ª, 2ª e 3ª camada. Além disso, o quadro ainda tem como objetivo ressaltar itens como: Corpo; Roupas; Outros e Cores, a fim de facilitar a decomposição. “Em geral, devem ser escolhidos os elementos que têm maior destaque pelo tamanho, cor, posição ou enquadramento” (MENDES, 2019). A decomposição inicial pode ser vista nas imagens e tabelas abaixo.

Figura 2: Foto experimental



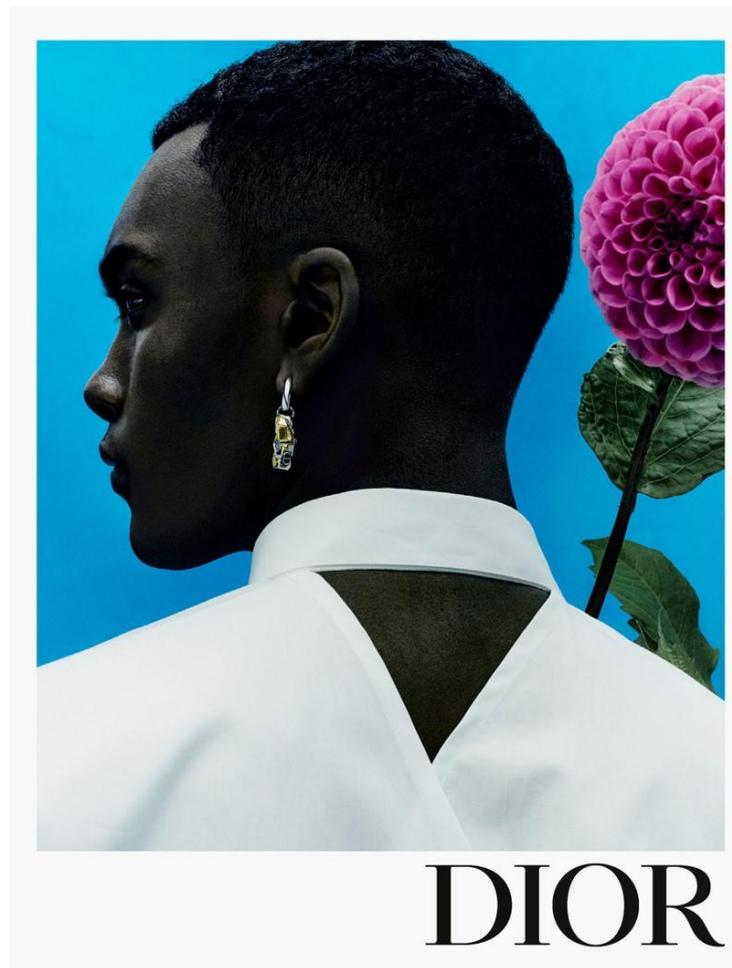
30 anos revistas DAZED- Setembro de 2021

Quadro III: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo negra feminina, cabelo preto - plano inteiro	Modelos masculinos, negros, cabelos curtos e pretos - plano inteiro	Fundo liso colorido
Roupas	Biquini (parte de cima e de baixo), com amarração transpassada pela cintura, sobretudo longo, bota de altura até a coxa.	Ambos vestidos de terno e gravata	ausente
Outros	Bengala (branca)	Maleta de mão e guarda chuva	ausente
Cores	Branco	Branco e preto	Vermelho vinho

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

Figura 3: Editorial Dior



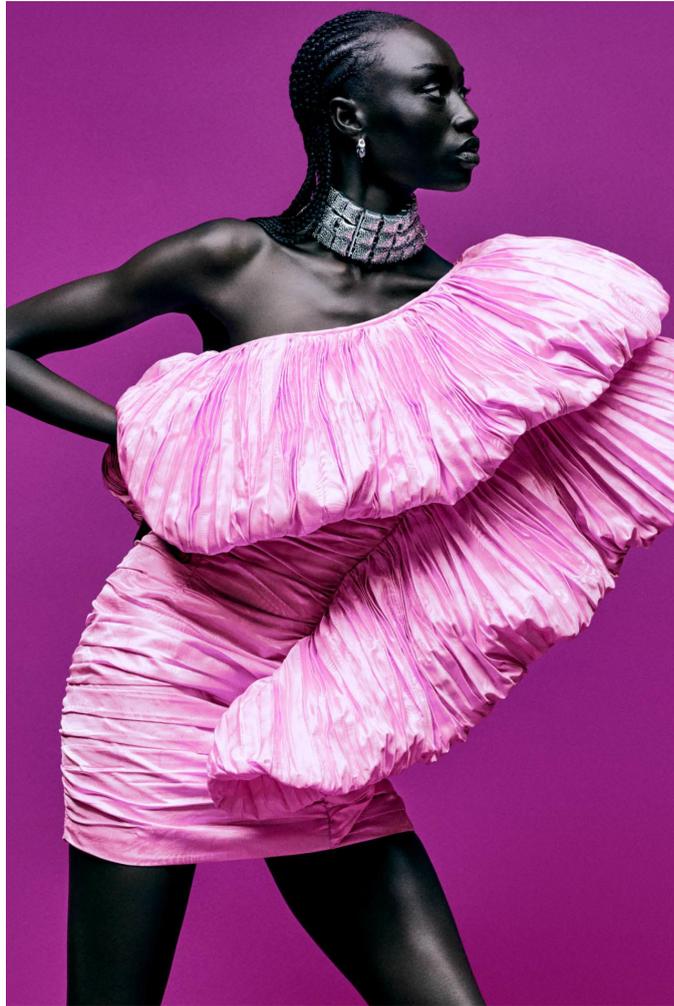
Dior, 2021

Quadro IV: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, masculino, primeiro plano fotográfico, costas	Flor	Fundo liso colorido
Roupas	Blusa	Ausente	Ausente
Outros	Brinco na orelha		
Cores	Branco	Verde, rosa	Azul

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

Figura 4: Editorial H&M



H&M, 2021

Quadro V: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, feminina, primeiro plano médio lateral	Fundo liso colorido	
Roupas	Vestido	-	
Outros	Gargantilha de brilhante no pescoço, brinco nas orelhas		
Cores	Rosa	Rosa	

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

Figura 5: Editorial Vogue Britânica



Vogue Britânica - Fev. 2021

Quadro VI: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, feminina, plano geral	Círculo ao fundo e no chão	Fundo liso
Roupas	Vestido	Círculo	
Outros	Flor na mão esquerda		
Cores	Floral, laranja	Círculo fundo laranja; círculo chão preto com borda amarela	Azul escuro

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

Figura 6: Editorial Vogue Britânica



Vogue Britânica - Fev. 2022

Quadro VII: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, feminina, plano inteiro	Cadeira	Fundo liso
Roupas	Calça, casaco, salto	-	
Outros	Brincos		
Cores	Preto, dourado	Vermelho	Marrom

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

Figura 7: Editorial Vogue Britânica



Vogue Britânica - Jul. 2022

Quadro VIII: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, feminina, plano americano		Fundo liso
Roupas	Jaqueta/casaco	-	
Outros	espécie de viseira/óculos no rosto		
Cores	Rosa, vermelho		Vermelho

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019)

Figura 8: Editorial Vogue Itália



Vogue Itália - Dez. 2021

Quadro IX: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, feminina, plano americano		Fundo ondulante/cortina
Roupas	Vestido	-	
Outros	chapéu, lenço		
Cores	Vermelho, branco		Branco

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

Figura 9: Editorial Vogue Britânica



Vogue Britânica - Set. 2022

Quadro X: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, feminina, plano inteiro		
Roupas	Vestido	-	
Outros	Bota cano alto, brincos e anéis		Lisa
Cores	Bege, Rosa, dourado		Branco

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

Figura 10: Editorial Vogue Itália



Vogue Itália - Abr. 2022

Quadro XI: Descritivo analítico objetivo

Decomposição da imagem	1ª camada	2ª camada	3ª camada
Corpo	Modelo, feminina, plano Plongée		Fundo
Roupas	Vestido e meias	-	
Outros	Sapato, elemento branco na cabeça com pássaro e penas		
Cores	prata e amarelo		preto

Fonte: Quadro adaptado de MENDES, André Melo (2019).

É a partir dessa etapa decompositória que houve, então, margem para que alguns conceitos sejam trabalhados quando falamos de imagens. Os apontamentos realizados por

meio da decomposição podem e devem ser considerados a fim de auxiliar na segunda parte decompositória, ou seja, a análise subjetiva das imagens. Após estas duas etapas iniciais, a análise do todo poderá ser aprofundada e construída.

De acordo com Santaella (1985), baseada nos conceitos de Peirce (1978), toda expressão humana pode ser considerada uma questão semiótica (SANTAELLA, 1985). Observando esta afirmação, podemos chegar assim, na análise final dos sentidos constituídos e constituintes acerca da fotografia de Pavarotti.

5.3 DECOMPOSIÇÃO OBJETIVA DAS IMAGENS

Tendo em vista os elementos físicos presentes nas fotografias de Pavarotti e na estética singular adotada pelo fotógrafo, pode-se observar a quantidade de cores presentes em cada fotografia. A decomposição realizada por meio do quadro mostrou que dentre as oito fotografias selecionadas, a utilização de apenas três cores, em cada imagem, como sendo as principais, sobressai. Pavarotti utiliza, eventualmente, uma quarta cor, sediada em acessórios ou elementos pequenos e sutis, que muitas vezes são pequenos pontos a serem analisados.

Dentre as cores que mais se repetem em suas criações estão o branco, presente em cinco fotografias selecionadas e o vermelho em quatro imagens, seja na primeira ou terceira camada. Entretanto, é possível detectar a cor branca ou a cor preta sempre presente na primeira camada dentre o *corpus* selecionado, desta maneira, a primeira camada sempre se sobressai em relação a camada dois ou três, tornando-se foco visual principal da fotografia. Além disso, o dourado é uma cor presente nas criações visuais de Pavarotti, no entanto, apenas em acessórios. Nas imagens selecionadas, as cores que também aparecem com frequência, mas não se repetem como o branco e o vermelho, são o rosa, o azul e o laranja.

Assim como as cores, poses e as indumentárias utilizadas pelas modelos nas produções visuais de Pavarotti, outro elemento marcante é a utilização do contraste entre as cores nas camadas das fotografias.

Uma série de tons de uma mesma cor colocados juntos num plano bidimensional pode oferecer uma sensação de harmonia e “harmonia é ordem”, no dizer de Wilhem Ostwald (1853-1932). Entretanto, essa mesma harmonia pode ser determinante de uma falta de vivacidade e não ocasionar aquilo que mais interessa ao artista: causar impacto e, por meio de uma forte tensão emocional, atrair a atenção do espectador e transmitir-lhe a mensagem desejada. (FARINA, 2006, p. 72).

As combinações cromáticas entre cenografia, modelos, figurino e afins, estão de certa forma, conectadas nas fotografias de Pavarotti, tornando-se assim, visualmente bonitas e

harmônicas. Além disso, apesar do emprego de uma cromática diversificada, o fotógrafo faz bastante uso de cores quentes e neutras. Na psicodinâmica, as cores quentes e frias são aquelas que produzem sensações de calor ou frio em relação ao indivíduo que a vê (FARINA, 2006, p. 77). Por exemplo, são consideradas cores quentes amarelo, vermelho e laranja. Enquanto as cores frias tendem ao azul, verde e violeta. Ambos os grupos separados no círculo cromático².

Assim, com exceção do azul e do verde, presente em poucas fotografias do *corpus*, os tons quentes se sobressaem em conjunto com tons neutros. De acordo com Farina (2006) o contraste entre uma cor saturada e outras que utilizam o branco ou o preto, produz um resultado mais sutil, no entanto, a saturação envolvendo as imagens produzidas por Pavarotti entregam uma produção sem muita adição do branco ou do preto, na verdade, pode-se se dizer que ao realizar a saturação das cores em suas fotografias, ao se utilizar uma cor outra, podendo ser o azul, verde ou vermelho, em alta saturação, o que é obtido como resultado são cores equilibradas, pois estão todas em posição de igualdade aos polos branco ou preto. desta forma, ambos são autênticos, de maneira que, esse vermelho ou azul altamente saturado que aparece está em mesmo patamar que seus pares: o preto e o branco. “Quando em uma cor não se adiciona nem o branco, nem o preto, mas ela está exatamente dentro do comprimento de onda que lhe corresponde ao espectro solar, teremos uma cor saturada” (FARINA, 2006, p. 71), logo podemos dizer que o conceito de espectro solar pode-se traduzir por meio da síntese aditiva. Desta maneira, a saturação significa a densidade e concentração da cor³ sendo está, o equilíbrio da cor por meio da falta dos pólos branco ou preto.

A saturação nas camadas da imagem são parte dos elementos que se destacam mais que o normal, auxiliando na delimitação cenográfica e nos modelos. Assim, pode-se dizer que a alta saturação auxilia na emolduração da fotografia constituinte do *corpus*.

A segunda dimensão da cor é a saturação, que é a pureza relativa de uma cor, do matiz ao cinza. A cor saturada é simples, quase primitiva, e foi sempre a preferida pelos artistas populares e pelas crianças. Não apresenta complicações, e é explícita e inequívoca; compõe-se dos matizes primários e secundários. As cores menos saturadas levam a uma neutralidade cromática, e até mesmo à ausência de cor, sendo sutis e repousantes. Quanto mais intensa ou saturada for a coloração de um objeto ou acontecimento visual, mais carregado estará de expressão e emoção. Os resultados informacionais, na opção por uma cor saturada ou neutralizada, fundamentam a escolha em termos de intenção. Em termos, porém, de um efeito visual significativo,

² Vide modelo de círculo cromático em anexo.

³ Os sinônimos mais frequentes para explicar a saturação são densidade e concentração. A densidade tem como mérito ser inteligível, mas o inconveniente é estar demasiadamente afastada da ideia que os artistas e químicos têm da saturação das cores. Por outro lado, e como acontece com o termo concentração, tende a confundir a cor com a matéria corante; o que é uma redução descabida: a cor do pintor não é como um produto químico, mas também um fato cultural e psicológico (FARINA, PEREZ, BASTOS, 2011, p. 71).

a diferença entre a saturação e a sua ausência é a mesma que existe entre o consultório de um dentista e o Electric Circus. (DONDIS, 1997, p. 39).

Ao se tomar a disposição/organização das cores no círculo cromático como referência é possível perceber e notar que as cores utilizadas por Pavarotti são, em sua grande maioria, complementares.

Neste sentido, as cores, consideradas complementares, são vistas como cores pigmentos presentes no círculo cromático em oposição de 180°. De acordo com Itten (1987) a definição de cores complementares são vistas como um par estranho. “Elas são opostas, se provocam mutuamente, ampliam sua força luminosa enquanto vizinhos e se destroem na mistura para o cinza – como fogo e água. Sempre só existe uma cor que é complementar de uma outra.” (Itten, 1987). Harmonicamente falando, cores complementares são responsáveis pelo equilíbrio que nossos olhos, fisiologicamente falando, procuram constantemente. Pode-se concluir desta maneira que as cores complementares são as que combinam, inesperadamente ou não. Assim, a conclusão na utilização dessas cores são ambientes e imagens vividos e enérgicos.

Já as cores análogas, são aquelas que, no círculo cromático, estão em sequência, uma ao lado da outra. Assim, dentre as oito imagens selecionadas, apenas duas fazem alusão às cores análogas, figurando em uma das fotografias a presença do azul escuro e laranja e a segunda com azul, rosa e verde.

Este movimento de observação e identificação dos elementos presentes no *corpus*, ressalta a harmonia e o equilíbrio existente nas imagens, além de um padrão já pré-estabelecido pelo fotógrafo, apesar de em um primeiro momento não fazermos essa associação enquanto a complementação das cores. Assim, como explica Guimarães (2000, p. 75) “Uma composição cromática, como toda experiência visual, é dinâmica. As cores apresentam características, peso, distância e movimento que, combinados à proporção e localização das formas, constroem uma informação complexa cuja totalidade provoca reações diversas no observador.” O mérito por esta composição cromática vista e entendida como agradável se deve à harmonia presente entre as cores que se conversam. De acordo com Rudolf Arnheim (1976) o equilíbrio e a harmonia ainda são os desejos a serem realizados de qualquer trabalho a ser completado, qualquer problema a ser resolvido.

A estética de Pavarotti, apesar de rica nos detalhes que a compõem, consegue ser transpassada por quem a vê graças a este movimento de equilíbrio e harmonia. Para Guimarães (2000) em uma composição equilibrada, todas as tensões dirigidas, todas as forças de atração e repulsão, são compensadas mutuamente. Ainda de acordo com o autor, da mesma

forma que o equilíbrio físico, o equilíbrio visual mesmo resultando em estabilidade, consegue carregar consigo toda a energia presente na relação dos elementos (GUIMARÃES, 2000, p. 76). Tal movimento descrito pelo autor pode ser observado no *corpus*, a combinação cromática realizada pelo fotógrafo se dá muitas vezes por um movimento em que a harmonia se torna coerente, mesmo quando as cores utilizadas não são análogas e nem complementares, apesar de em diversos momentos apresentarem contraste entre si.

Uma construção harmoniosa está sempre em equilíbrio, embora uma composição equilibrada nem sempre siga as regras de harmonização. Podemos afirmar que a harmonia é um sistema de regras coerente e lógico cujas partes componentes formam um todo uniforme e no qual todas as tensões obtidas nas relações e proporções da composição contribuem para o resultado pretendido: que todas as cores possam ser identificadas sem que o todo se desfaça. (GUIMARÃES, 2000, p. 76)

Desta forma, como cita o autor e como é possível perceber nas composições fotográficas de Pavarotti, o fotógrafo segue este movimento, sem deixar que o todo se desfaça em meio a utilização das cores.

Assim, pode-se concluir brevemente neste primeiro momento que a utilização das cores por Pavarotti se torna pensada, a fim de, chegar em uma harmonia visual, seja por meio de cores análogas ou complementares, Pavarotti realiza uma conversa entre a cromática utilizada em cada obra, no entanto, é por meio do signos que a composição se torna completa e a leitura visual pode-se ser realizada com mais aprofundamento.

5.3 DECOMPOSIÇÃO SUBJETIVA DAS IMAGENS

Neste ponto passamos a analisar os elementos subjetivos existentes nas fotografias de Pavarotti, a fim de ressaltarmos a simbologia das cores presentes no *corpus* selecionado. Apesar de semelhante à metodologia adotada para a decomposição objetiva, agora será realizado o mesmo percurso, no entanto, tomando por referência apenas a cromática, os significantes e respectivos significados que emanam do *corpus*.

Conforme citado anteriormente, as fotografias do profissional em questão são cheias de harmonia e equilíbrio, no entanto, sabe-se que cada cor tem como objetivo informar e significar algo, seja direta ou indiretamente. Assim, falaremos sobre as principais mensagens e significados acerca das cores utilizadas por Pavarotti. Para Farina (2006) é possível constatar que no uso da cor em diferentes campos em que são empregados existe um valor

decisivo, o qual não pode ser resolvido de maneira arbitrária com base apenas na percepção e no gosto individual de cada um. Levando em consideração tal afirmação e o que pudemos constatar até o momento, é possível perceber que mesmo que as combinações realizadas e utilizadas por Pavarotti em suas fotografias sejam agradáveis em um primeiro momento, subjaz uma possível explicação. “Na realidade, a especificidade daquilo que será anunciado tem íntima conexão com a cor empregada, quer seja para transmitir a sensação de realidade, quer para causar impacto ou realçar um diferencial” (FARINA, PEREZ, BASTOS, 2006, p. 116).

Desta maneira, a cor como sendo uma realidade sensorial, atua sobre a emoção, causa sensação de movimento, sendo parte de uma dinâmica envolvente e compulsiva (FARINA, 2006, p. 85). Assim, para além do significado de cada cor, ainda podemos dizer que cada uma carrega consigo uma sensação. Por meio de seus significados podemos dar nome às sensações. Partindo desse pressuposto, as imagens selecionadas carregam consigo diversos sentidos, significantes e significados acerca da cromática utilizada. “É preciso ter em conta que elas (cores) provocam invariavelmente sensações polarizadas, ou seja, ora podem ser positivas, ora negativas. Por exemplo, a cor branca é signo de paz e harmonia e de tristeza e morte” (FARINA, 2006, p. 97). Começamos então a análise subjetiva então pela cor branca, presente em boa parte do *corpus* selecionado.

Branco, proveniente do germânico, *blank*, que significa brilhante, simboliza a paz, a luz. Entretanto, tal simbologia é empregada apenas para os ocidentais, para os orientais significa morte, sendo o fim e o nada. Além disso, o branco representa a adição de todos os comprimentos da onda, tornando-se a mais intensa e irritante dor do espectro (FARINA, 2006, p. 97). Desta forma, apesar de também simbolizar o vazio e o fim, nas produções do *corpus*, o significado trazido pela cor branca pode estar relacionada ao equilíbrio, sendo até mesmo um ponto neutro, uma vez que a saturação adotada por Pavarotti necessite de um ponto de destaque que se sobressai em meio a tantas outras cores.

Vermelho, a segunda cor mais presente nas produções é o vermelho. Como já citado anteriormente, a presença do vermelho no *corpus* selecionado é algo particular e bem marcante de Pavarotti, uma vez que a cor contrasta muito bem com outras matizes presentes nas composições e elementos utilizados pelo fotógrafo. “Falar em cor vermelha é quase um pleonasma. O vermelho é a cor por excelência, a cor arquetípica, a primeira de todas as cores.” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 99). Neste sentido, como afirma Farina, o vermelho é o signo da força, energia e redenção. Tida como a cor do amor, erotismo, atração e

sedução, materializada muitas vezes aos lábios, está ligada e atrelada aos pecados da carne, aos tabus e transgressões (FARINA, 2006).

Proveniente do latim *vermiculus*, a palavra vermelho é ligada à inseto, verme, o qual é extraído a substância escarlata, o carmim, e chamamos a cor de carmesim, do árabe *qirmezi*, simboliza aproximação e o encontro.

Assim, o vermelho, presente na terceira camada de dois dos oito *corpus* selecionados, traz a sensação de aproximação, apesar das camadas que antecedem a cor serem as que mais se destacam dentre os elementos presentes nas imagens.

Preto, além do branco e do vermelho presente em boa parte das fotografias selecionadas, o preto se mostra contínuo nos *corpus*. Desde o tom de pele dos modelos com que Pavarotti trabalha, até mesmo na indumentária presente nas composições.

Derivada do latim *niger*, escuro, preto, negro, cor preta é vista como contrária ao branco, sendo ausente de luz. “... utilizamos o vocábulo “preto”, cuja etimologia é controvertida. É expressivo e angustiante ao mesmo tempo. É alegre quando combinado com certas cores. Às vezes tem conotação de nobreza, seriedade e elegância” (FARINA, 2006, p. 98). Apesar da definição da cor preta por Farina (2006) ser quase o que captamos nas composições de Pavarotti, ainda sim, seria muito superficial aplicá-la nos *corpus* selecionados, assim como cita Guimarães (2000), ligado ao preto está o medo primordial da morte, a partir disso nascendo o simbolismo da cor ligada ao respeito, ao temor e à noção de autoridade, entretanto, assim como é ressaltado por Guimarães, “os valores são, entretanto, assimétricos, ou seja, normalmente o signo que recebe valor negativo é mais forte” (GUIMARÃES, 2000, p. 94). Apesar da colocação do autor frente à simbologia da cor preta, no caso das fotografias de Pavarotti, pode-se pensar e conseguir imaginar exatamente o destaque e posição que o fotógrafo consegue colocar nos modelos de suas fotografias, dando assim, poder, autenticidade e autoridade por meio da cor da pele, que se funde, em diversos *corpus*, com a cor da indumentária. Porém, só será possível aprimorar e chegar a tal conclusão no próximo capítulo com a análise geral das imagens selecionadas.

A partir deste ponto, falaremos sobre a simbologia de cores presentes no *corpus*, porém, sem tanto peso quanto as citadas anteriormente, apesar de importantes para os contrastes criados por Pavarotti nas composições fotográficas. São elas, o rosa, laranja, azul claro e escuro, verde, marrom, dourado, amarelo e bege. No caso da cor azul, serão consideradas as simbologias de ambas as tonalidades, uma vez que Pavarotti as utiliza em matizes distintas.

Rosa, considerada uma cor fria e parte da junção entre o vermelho e o branco, as qualidades e simbologias atribuídas ao rosa geralmente estão atreladas a elementos femininos, podendo ser considerada uma cor que remete a todo universo feminino. Em dois do *corpus* selecionados, a cor rosa se faz presente. Na primeira, Pavarotti explora a cor por meio de uma flor Dália, que representa harmonia, reconhecimento e gentileza. A flor em questão, presente na segunda camada da fotografia, causa contraste com a terceira camada em azul capri, dando assim, ênfase à cor da flor e mais uma vez, à pele do modelo. Já na segunda segunda apresentação da cor nas imagens, o fotógrafo a utiliza em ambas as camadas, entretanto, em tons distintos, sendo a primeira camada em rosa mais claro e na segunda, mais escuro. “É uma cor terna e suave muito utilizada em associações com o público infantil, principalmente as meninas altamente positivas” (FARINA, 2006, p. 104). Apesar da simbologia abordada pelo autor, ainda sim a cor muitas vezes é atrelada à frivolidades.

Laranja, análoga ao rosa e presente em apenas um *corpus* selecionado, chama atenção por alguns pontos. Vista como a cor da transformação, do desejo, força, iluminação, entre outros, se faz existente na paleta de Pavarotti. Entre eles, o contraste com o azul escuro, próxima cor a ter a simbologia abordada e curiosamente, está presente na primeira e terceira camada em uma composição que, a indumentária da modelo traz diversas flores presente no vestido utilizado na imagem, além da presença de um flor, segurada pela mesma, em laranja. Para Farina (2006) a cor é correspondente ao vermelho moderado, podendo ser a cor que tem mais aroma, além disso, o autor ainda relaciona a cor à flor de laranjeira, à qual, tem frutos e flores, sendo assim, um símbolo de fertilidade.

Azul, relacionado à harmonia, simpatia e amizade para os ocidentais, a cor, vista como nobre na expressão “sangue azul”, está ligada a sentimentos e sensações de afeto, paz e serenidade e até mesmo profundidade. Já o azul-escuro, de acordo com Farina (2006) indica profundidade, e transmite a ideia de confiança, acolhimento e liberdade. A exemplo do *corpus* selecionado, Pavarotti utiliza o azul-escuro em uma das imagens e tal significado de nobreza e confiança pode ser aplicado nesta criação em específico, uma vez que tais sentimentos e sensações são transmitidas pela fotografia em si, seja pela utilização das cores, o azul-escuro misturado ao laranja, quanto a pose e cenografia em que a modelo se encontra.

Marrrom, originário do francês “marron”, que significa castanho, a cor é associada à pele morena, por ser uma cor feminina na antiguidade, além de ser a cor da terra, traz o significado da fecundidade, no entanto, na Idade Média, o marrrom também era a cor das roupas populares (FARINA, 2006). Apesar de trazer consigo tais significados e significantes, a cor está ligada ao pesar, à melancolia, à resistência e ao vigor. Em duas fotografias

selecionadas é possível ver a utilização da cor em questão e em uma delas, na terceira camada, remontando a cenografia.

Dourado, sofisticado e raro, o dourado, relacionado ao ouro, dinheiro e luxo, é também a cor do glamour e da fama. “... cor da sofisticação, mas de uma sofisticação por meio da nobreza. Atualmente, quando usada em excesso se constitui em antítese: é signo popularesco” (FARINA, 2006, p. 106). Assim como afirma Farina, no *corpus* selecionado, o dourado tem apenas a utilização ligada a pontos de luz, como por exemplo, nos acessórios utilizados pelo modelo. Seja em brincos ou colares, a cor está presente apenas nestes itens, entretanto, com tamanha saturação aplicada pelo fotógrafo, se torna apenas um foco de atenção de quem observa a imagem.

Prata, além de elemento químico, a cor, por ser próximo ao branco, azul, gelo, pode causar efeitos de distância e frieza (FARINA, 2006). De acordo com o autor, a cor em questão, carrega consigo sentido de luxo, assim como o dourado, e solenidade, entretanto, a cor representante destas características ainda é o dourado. “A cor prata pode ser também um atributo amável da idade” (FARINA, 2006). A cor, presente em uma das imagens selecionadas de Pavarotti, remete ao observador, a sensação de modernidade e alumínio, apesar do preto e do amarelo também presentes nas camadas pertencentes ao *corpus*. Neste sentido, um dos significados da cor está relacionada a sofisticação, modernidade e tecnologia, podendo assim ser atrelada ao futuro.

Diante das simbologias das cores utilizadas por Pavarotti em suas fotografias, é possível, a partir deste capítulo, relacionar ao capítulo anterior, de análises objetivas às imagens e desta forma, destacar a grande gama de cores e seus diversos sentidos e significados. “Na simbologia das cores, é possível encontrar uma codificação binária que já incorpora as duas possibilidades de polaridade, dois sentidos opostos para a mesma cor: um sentido positivo e outro negativo” (GUIMARÃES, 2000, p. 97). Assim como afirma Guimarães (2000), essa dualidade entre os significados das cores, pode ser muito bem atribuído ao vermelho e ao preto utilizados com frequência por Pavarotti, entretanto, é necessário observar todo o contexto dos elementos presentes no *corpus* a fim de então, atribuir o significado correto a imagem. Neste sentido, Dondis (2015) também cita que apesar de quadros ou fotografias que evocam o monocromático, exaltando a cor pela cor, não deixam de ser ambíguas.

Desta forma, podemos, a partir do próximo capítulo realizar uma análise geral frente à utilização da cromática e a produção de sentidos constituídos e constituintes acerca das fotografias de Pavarotti.

6. PERCEPÇÕES

Quando nos concentramos nos aspectos que queremos ressaltar da análise imagética do *corpus* selecionado, o aspecto mais evidente, a princípio, é a cromática utilizada em cada uma das fotografias de Pavarotti. Seja presente na primeira ou terceira camada, as cores e sua utilização compõem um traço marcante e de identidade visual formada pela característica única do fotógrafo. Seja na pigmentação da pele do modelo ou na cenografia, as cores cumprem um papel importante na retórica das imagens.

Assim, a partir da análise até aqui constituída, em seus extratos objetivo e subjetivo, foi possível perceber padrões, ou seja, recorrências na fotografia de Pavarotti. Podemos então, iniciar com a primeira percepção acerca da utilização das cores pelo fotógrafo.

Em um momento inicial, é perceptível o padrão estabelecido, e que se torna recorrente, no aspecto relacionado à quantidade de cores utilizadas pelo fotógrafo. Selecionadas sempre três matizes a fim de engendrar contraste entre si, Pavarotti utiliza em poucas fotografias a quarta cor, criando um ponto de impacto visual por meio de algum elemento presente na obra. Este é sempre destacado pela cor dourada utilizada apenas em acessórios.

Dentre as cores participativas da tríade cromática criada por Pavarotti está, em grande parte, o vermelho. Símbolo de guerras e até mesmo associada a uma conotação sexual, a cor é utilizada pelo fotógrafo como um dos pontos de destaque e de contraste na sua utilização.

Como citado anteriormente, a presença do vermelho no *corpus* selecionado é algo particular e bem marcante/característico de Pavarotti, uma vez que a cor contrasta muito bem com outros matizes presentes nas composições e elementos utilizados pelo fotógrafo. “Falar em cor vermelha é quase um pleonasma. O vermelho é a cor por excelência, a cor arquetípica, a primeira de todas as cores.” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 99). A partir da análise realizada, baseada na cor vermelha utilizada pelo fotógrafo, pode-se constatar que o vermelho é o centro do matiz adotado por Pavarotti. Presentes em grande parte das fotografias, o branco e o preto fazem parte de polos opostos em que o vermelho, e até mesmo as outras cores já citadas, estão presentes nas criações do fotógrafo. “A binaridade branco-preto é normalmente polarizada e assimétrica, atribuindo valor positivo ao branco e negativo ao preto, início e fim” (GUIMARÃES, 2000, p. 97). Além disso, dentre as oito imagens, apenas duas fazem alusão às cores análogas, como citado anteriormente, entretanto, as outras imagens são parte de uma seleção de cores complementares, sendo estas, as tonalidades que possuem maiores contrastes

entre si. Apesar da saturação excessiva adotada por Pavarotti, boa parte do choque de cores se deve ao uso destas cores complementares.

Assim, a escolha das cores está diretamente relacionada ao signo, significado e significante do *corpus* selecionado. Desta maneira, como afirma Guimarães (2000) “A aplicação intencional da cor possibilitará ao objeto que contém a informação cromática receber a denominação de signo” (GUIMARÃES, 2000, p. 15). Podemos então, a partir deste ponto, relacionar as escolhas cromáticas de Pavarotti à Análise Crítica Discursiva (ACD), a fim de estabelecer os sentidos constituintes e constituídos no *corpus* selecionado.

Para além da fotografia de moda contemporânea e assim como cita Borges (2011), é necessário que haja um conhecimento acerca da gramática da imagem com a qual se trabalha, deste modo com ênfase à estética e a ACD, a análise realizada acerca das imagens é possível perceber que os signos presentes fazem referência não só à moda, mas também às questões raciais, evidenciando o trabalho que Pavarotti vem realizando com modelos pretas. Por meio da saturação da pele dos modelos, a cor preta da indumentária, em alguns casos passa a ser confundida com a pele. Assim como afirma Guimarães (2000) “Do medo primordial nasceu o simbolismo do preto ligado ao respeito, temor e, daí, a noção de autoridade” (GUIMARÃES, 2000, p. 92), com a afirmação do autor e buscando sentido em meio ao significado imagético empregado ao *corpus* em questão, é possível entender a análise considerando atual contexto em que as imagens estão inseridas, entretanto, o atual contexto estético, por exemplo, pode ser analisado a partir do espírito do tempo e da ACD.

Para Fairclough (2001), toda a mudança realizada no meio social está diretamente ligada a uma mudança discursiva, não havendo assim duas realidades de natureza paralela, mas sim ao contrário, sendo o discurso uma dimensão da prática social. A exemplo disso podemos citar a fotografia de moda, que assume não só a posição de estimular o consumo em massa e gerar o desejo pelo que é visto, mas também, assume outros papéis como o político. Desta forma, como afirma o autor, não se trata de dar poderes ao discurso como se a palavra tivesse o efeito de por si só gerar uma mudança social, entretanto, não pode haver qualquer mudança na estrutura social sem que haja um remodelamento do discurso. Este remodelamento pode, por exemplo, estar ligado ao *zeitgeist*, ou seja, ao espírito do tempo que, em síntese, corresponde às mudanças e ao consenso social, baseado no discurso ao qual estabelece comportamentos e conceitos reproduzidos no meio social, como prática social.

Neste sentido, podemos dizer que, por meio da mudança do discurso, às práticas sociais passam por uma transformação social. Este conceito pode ser aplicado à análise das

imagens em questão uma vez que, certo tempo atrás, modelos negras não eram tão comuns em editoriais de moda.

Baseado nisso, podemos então relacionar a fotografia de moda contemporânea à estética e por fim, ao discurso, assim como afirma Fairclough (1985), a atividade crítica consiste, essencialmente, em tornar visível a natureza interligada das coisas.

Assim como afirma Bonini (2016), a estética é e sempre foi contemporânea, sendo este um caráter que conduz comportamentos e pensamentos. Neste sentido, então, a estética pode ser associada à ACD, neste trabalho e nesta análise, uma vez que detecta-se eventual mudança social frente ao discurso no âmbito da prática social faircloughiana.

No *corpus* selecionado, a imagem, que tem como um dos objetivos, servir de uma mensagem, cumpre seu papel por trazer consigo múltiplos signos e significados, baseada na estética do belo, ao qual inconscientemente, está ligada às práticas sociais e ainda mais, ao espírito do tempo, como citado anteriormente, se tornando então uma maneira de linguagem e comunicação, muito além do visual, no âmbito da moda, não só no cenário nacional como internacional, pois está carregada de representações e representatividade.

Por meio da análise realizada, e relacionadas a estética e a ACD, pode-se dizer que Pavarotti, com o estilo de cromática utilizado, alcança personalidade, visibilidade social e representatividade em um dos espaços que até pouco tempo era destinado a um determinado padrão físico. Muito além de fotografias para editoriais de grandes marcas, por exemplo, as fotografias de moda se tornam grandes aliadas e até mesmo um espelho a fim de refletir os mecanismos contemporâneos atuais. Neste aspecto, por meio da fotografia de Pavarotti é possível perceber e identificar as mudanças que, paulatina e gradualmente vêm se estabelecendo ao longo do tempo por meio do discurso, muitas vezes este relacionado à comunicação imagética. “Um verdadeiro inventário temático-iconográfico se acha reunido numa fotografia; a imagem fornece indicações explícitas e implícitas sobre uma série de temas e subtemas que a constituem” (KOSSOY, 2014, p. 104). Com a fotografia de moda não seria diferente pois, além de um retrato do mundo atual, evidencia e deixa às claras a maneira como a sociedade vive, seja por meio da repetição, daquilo que é veladamente silenciado/apagado, seja no exagero criativo, quase caricato, de certos traços que são, no social, diminuídos.

Assim, distinto de outros fotógrafos de moda, Pavarotti retrata, por meio de uma estética característica, cores e elementos, diferentes signos, o que evidenciam, não só as transformações ocorridas ao longo do tempo, que hoje podem ser ressaltadas em suas

criações, mas também, a sua percepção pessoal do mundo, relacionada às mudanças das práticas sociais embasadas no discurso.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conhecida como a ciência do Belo, em manifestações da Natureza e Sociais, a Estética, princípio de essência da beleza, está presente na sociedade desde o início dos estudos filosóficos e tem feito parte do cotidiano entre muitas nuances, sejam elas parte de algo Belo ou tido como Feio, é por meio da Estética que grandes mudanças muitas vezes acontece.

Partindo desta finalidade, a moda e a fotografia estão ligadas diretamente à Estética e a estas mudanças que ocorrem diariamente. A moda, responsável por grande parte de um mercado milionário, molda e influencia pessoas, de forma direta ou indireta, como afirma Svendsen (2010). Assim, tendências são criadas e usadas a fim de movimentar este mercado e ser, de certa forma, um retrato da sociedade. Já a fotografia, neste âmbito, é a responsável por captar estes movimentos de mudanças corriqueiras. “A partir de seus códigos culturais, ele põe as lentes de suas máquinas a registrar paisagens e as interferências do homem na vida social e natural. Quando dispara sua câmera, o fotógrafo cria e produz mundos” (BORGES, 2011, p. 92). A partir disso e de seleções utilizadas por profissionais que contam histórias por meio das objetivas, que nós, meros observadores construímos e moldamos nossas percepções do mundo.

Com a fotografia de moda não poderia ser diferente, pois, além de fazer este apanhado e remontar, por meio da indumentária, da estética e de conceitos, para além das tendências, o tempo atual e a sociedade em que estamos inseridos, traz consigo retratos de mudanças relacionadas às práticas sociais e ao discurso.

A fim de analisar essas mudanças e os efeitos constituintes, foram selecionadas, para esta pesquisa, oito imagens do fotógrafo de moda, afro-brasileiro, Rafael Pavarotti. Com base na estética e análise do discurso, como linha de pesquisa, a observação de tais imagens se deu por meio de decomposição do *corpus* selecionado. Dividido em camadas, após a etapa inicial houve a fragmentação dos elementos, sendo eles objetivos e subjetivos.

Tendo em vista apenas elementos objetivos, ou seja, estéticos, as descrições realizadas visavam criar a separação para então partirmos à decomposição subjetiva, a qual, por meio da cromática utilizada pelo fotógrafo, foram descobertos padrões, como por exemplo, a utilização de apenas três cores para a construção de cada fotografia. Para além disso, não

houve a identificação de um padrão na escolha destas cores, entretanto, em sua maioria, as fotografias do *corpus* tinham, em sua composição, elementos em cores complementares, o qual é o ponto chave para o contraste existente nas fotografias.

A partir disso e com a aplicação da Análise do Discurso nas percepções das fotografias, foi identificado o simbolismo da utilização de algumas cores em questão e assim a saturação da pele dos modelos, por exemplo, que por meio do preto, Pavarotti cria uma atmosfera a fim de significar e evidenciar o modelo em questão. O que antes era visto como algo extraordinário no cenário da moda, passa então, por meio da percepção de mundo do fotógrafo para algo ordinário, dando assim visibilidade, personalidade e representatividade.

Assim, como entendimento final acerca dos sentidos constituintes e constituídos na fotografia de Pavarotti, o fotógrafo cumpre com a função do texto imagético, além de criar então um verdadeiro espetáculo cromático. Deste modo, a pergunta inicial sobre tais efeitos nas fotografias de moda na contemporaneidade, se responde através da análise realizada, a qual, evidencia que a partir dos elementos presentes na composição fotográfica, o significado está atrelado, muitas vezes, à questões sociais, ou até mesmo raciais, como é o caso de Pavarotti, movimento este que com o passar do tempo se tornou mais comum no mundo da moda, reação esta originada por uma mudança na prática social.

À medida que esta pesquisa se desdobrou sobre a cromática e seus efeitos, os desdobramentos que poderiam vir à tona por meio deste trabalho, estão também a Análise de Discurso dos elementos utilizados na cenografia destas fotografias. Deste modo, os trabalhos realizados por Pavarotti também apresentam mudanças a partir de um determinado tempo, neste sentido, poderia haver uma comparação de trabalhos realizados no início da carreira e nos dias atuais, levando em consideração o *zeitgeist* atrelado às fotografias de moda.

Portanto, com a execução deste trabalho, é possível perceber que a fotografia de moda contemporânea, ao contrário do que é visto e inúmeras vezes experienciado no âmbito da comunicação, se torna uma importante ferramenta de pesquisa e de análise social por meio da linguagem visual, a fim de criar um elo e um entendimento maior acerca da sociedade e da contemporaneidade, além de ser um aspecto importante no âmbito da comunicação como formação de opinião.

REFERÊNCIAS

ABRIL, Neyla Graciela Pardo. **Qué nos dicen? ¿ qué vemos? ¿ qué es--pobreza?: análisis crítico de los medios**. Universidad Nacional de Colombia, 2008.

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas: Um guia para jornalistas, diretores de redação, diretores de arte, editores e estudantes**. Companhia Editora Nacional, 2015.

Art + Commerce. **Rafael Pavarotti. Portfolio**. Disponível em: <<https://www.artandcommerce.com/artists/photographers/-Rafael-Pavarotti>> . Acesso em: 22 abr. 22

BARTHES, Roland. **O império dos signos**. Martins Fontes, 2007.
 BONINI, Valéria Cristina et al. **A ESTÉTICA NA ESPETACULARIZAÇÃO DA IMAGEM FOTOGRÁFICA NA CONTEMPORANEIDADE**. Caderno de Graduação-Ciências Humanas e Sociais-UNIT-SERGIPE, v. 3, n. 3, p. 285-285, 2016.
 Disponível em: <<https://periodicos.set.edu.br/cadernohumanas/article/view/3591>> . Acesso em: 10 mai. 2022.

DE CARVALHO LUSTOSA, Solange. **Análise de Discurso Crítica e a análise da imagem em movimento: uma aproximação teórica**. Revista Interfaces, v. 8, n. 1, p. 42-54, 2017.
 Disponível em: <https://revistas.unicentro.br/index.php/revista_interfaces/article/viewFile/4026/3349> . Acesso em: 10 mai. 2022.

DE LIMA, Guilherme Teodoro; ARAÚJO, Bruno. **A construção discursiva do Zeitgeist contemporâneo no jornalismo de moda: uma análise de capas da revista Elle Brasil**. Mediapolis–Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público, n. 10, p. 131-146, 2020.
 Acesso em: 22 dez. 2022.

DE SOUZA, Valdete Vazzoler; CUSTÓDIO, José de Arimathéia Cordeiro. **Fotografia: meio e linguagem dentro da moda**. Discursos fotográficos, v. 1, n. 1, p. 231-251, 2005.
 Disponível em: < <https://doi.org/10.5433/1984-7939.2005v1n1p231> > . Acesso em: 10 jun. 2022.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2015.
 Disponível em: <http://www3.uma.pt/dmfe/DONDIS_Sintaxe_da_Linguagem_Visual.pdf> . Acesso em: 24 mai. 2022.

DONDIS, Donis A.; CAMARGO, Jefferson Luiz. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins fontes, 1997.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. 2a. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2016.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Editora Blucher, 2011. Acesso em: 13 nov. 2022.

FLUSSER, Vilém. **A imagem do cachorro morderá no futuro**. Ensaio publicado na Revista IRIS em março de 1983.

HODGE, Susie. **Breve História da Arte**. São Paulo: Olhares, 2021. 224 p. ISBN 9786588280232.

KOSSOY, B. **Fotografia & História**. 5. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2014.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images: The grammar of visual design**. Routledge, 2020.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Discurso multimodal. Los modos y los medios de la comunicación contemporánea**. Julia Zullo et al, p. 1-14, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, p. B2-29, 1989. Disponível em: <https://img.travessa.com.br/capitulo/COMPANHIA_DE_BOLSO/IMPERIO_DO_EFEMER_O_O_A_MODALIDADE_E_SEU_DESTINO_NAS_SOCIEDADES_MODERNAS-9788535915129.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2022.

MARRA, C. **Nas sombras de um sonho: história e linguagens da fotografia de moda**. São Paulo: Editora Senac, 2008. Disponível em: <<https://pdfcoffee.com/04-nas-sombras-de-um-sonho-historia-e-linguagens-da-fotografia-de-moda-2-pdf-free.html>>. Acesso em: 1 jun. 2022

NOGUEIRA, L. de S. **Fotografia de moda: linguagem e produção de sentido**. 2012. Disponível em: <<https://seer.cesjf.br/index.php/cesRevista/article/view/391/278>>. Acesso em: 24 mai. 2022.

OLIVEIRA, Larissa Marinho de. **A estética da fotografia de moda: uma análise da linguagem fotográfica na revista Numéro France**. 2018. Dissertação de Mestrado. Brasil. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/26463>>. Acesso em: 1 jun. 2022

PAIVA, Maria Eliana Facciola. **Estética e comunicação na fotografia**. Trabalho apresentado ao NP, v. 20, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/132540391238908688233998032651539421229.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2022

ROJO, Luiza Martín. A fronteira interior - **análise crítica do discurso: um exemplo sobre racismo**. In: IÑIGUEZ, Lupicinio (org.). Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2005. Cap. 6. p. 206-255.

SANTAELLA, Lucia; SOUZA, Aline A. **Estética e semiótica**. Curitiba: InterSaberes, 2019.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2015. 94

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. 9. ed. São Paulo: Iluminuras, 2015.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

SANTOS, Janiene. **Sobre tendências e o espírito do tempo**. Estação das Letras e Cores Editora, 2022. Acesso em 25 dez. 2022.

SILVA, Denize Elena Garcia da; RAMALHO, Viviane. **Discurso, imagem e texto verbal: uma perspectiva crítica da multimodalidade**. *Aled*, Brasília, v. 1, n. 12, p. 7-29, 20 jul. 2012. Acesso em: 1 jul. 2022.

SILVA, Janiene dos Santos. **Tendências socioculturais: recorrências simbólicas do espírito do tempo no sistema publicitário**. 2015. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Acesso em: 25 dez. 2022.

SMITH, Ian Haydn. **Breve História da Fotografia**. [S. l.]: Editorial Gustavo Gili, 2018.

STELZER, Manuela. **Rafael Pavarotti Instagram — Quem Estamos Stalkeando** — Gama Revista. 21 mar. 7. Disponível em: <
<https://gamarevista.uol.com.br/pessoas/quem-estamos-seguindo/rafaelpavarotti/>>. Acesso em: 12 jul. 2022.

SUAREZ, Adriana Rodrigues; NUNES, Ana Luiza Ruschel. **APRECIÇÃO ESTÉTICA DO BELO E DO FEIO**: Representações imagéticas e suas complexidades. Faculdade Sant'Ana em Revista, v. 5, n. 1, p. 63-81, 2021. Disponível em:
<<https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/fsr/article/view/1993>> . Acesso em: 10 jul. 2022.

SUASSUNA, A. **Iniciação à Estética**. 11ª ed. Rio de Janeiro: José Olímpio, 2012. Disponível em: <
https://fabel.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/ARIANO_SUASSUNA_iniciacao_a_estetica_a_12a.pdf>. Acesso em: 16 mai. 2022

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2010.

WAGNER, Christiane. **Zeitgeist, o espírito do tempo—experiências estéticas**. Revista de Cultura e Extensão USP, v. 12, p. 21-29, 2014.

WODAK, Ruth. **DO QUE TRATA A ACD – UM RESUMO DE SUA HISTÓRIA, CONCEITOS IMPORTANTES E SEUS DESENVOLVIMENTOS**. *Linguagem em (Dis)Curso - Lemd*, Tubarão, v. 4, n. 1, p. 223-243, abr. 2004

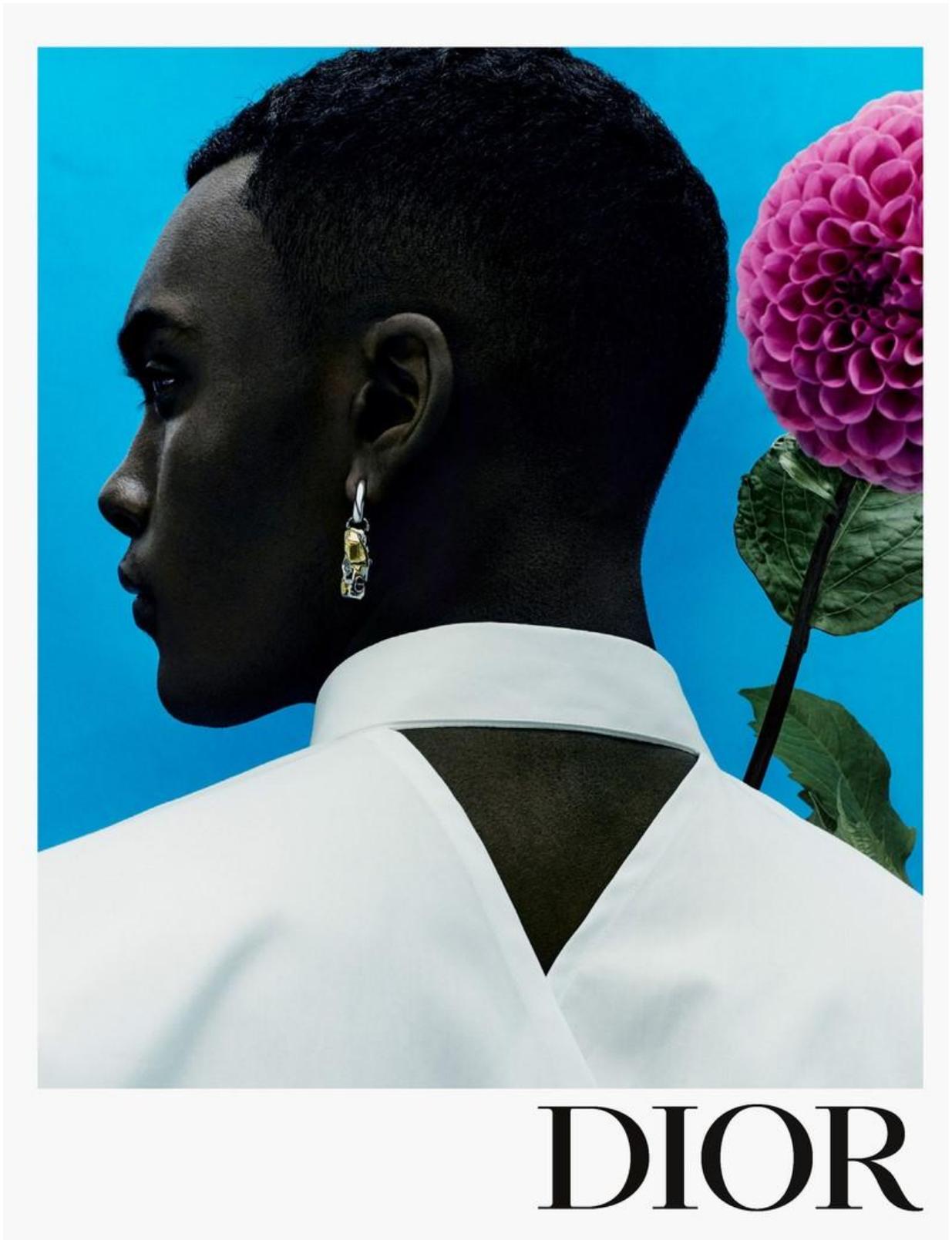
ANEXO

ANEXO A - WHO IS SHE TO YOU?



Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2021

ANEXO B - DIOR SPRING 21



Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2021

ANEXO C - H&M, 2021



Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2021

ANEXO D - BRAND NEW ANCIENTS



Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2021

ANEXO E - AS THE WORLD TURNS



Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2022

ANEXO F - BEYONCÉ



Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2022

ANEXO G - MEMORIES



Abito di chiffon di seta,
Alberta Ferretti;
cappello, Richard Quinn.

Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2021

ANEXO H - FUTURE PROOF



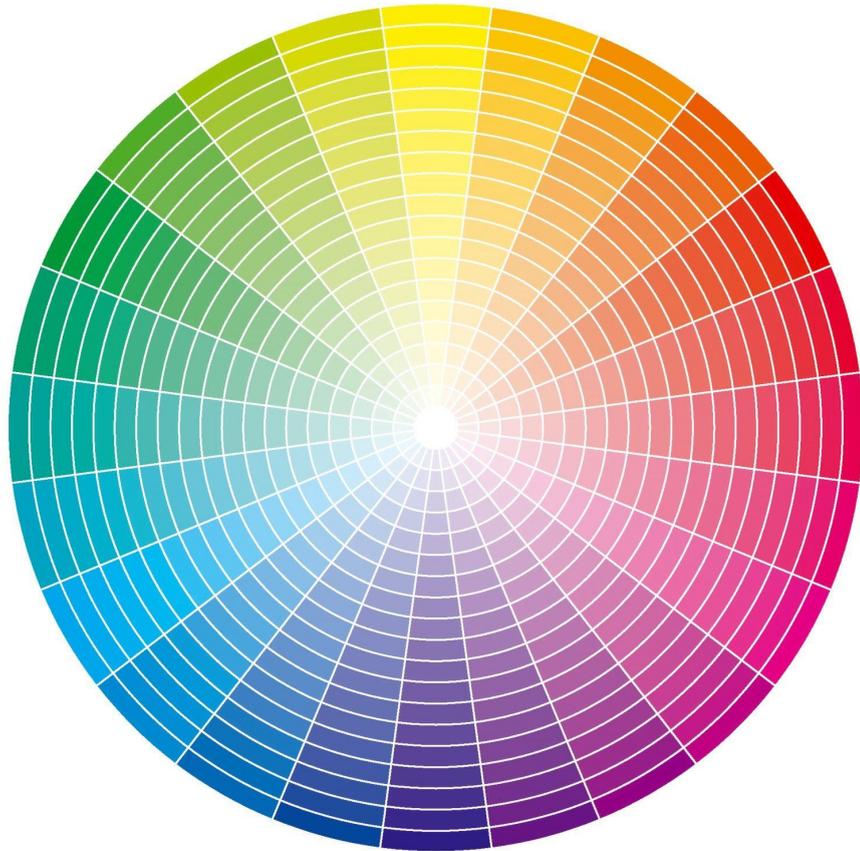
Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2022

ANEXO I - RETURN TO HUMAN



Fonte: Art + Commerce, Rafael Pavarotti, 2022

ANEXO J - CÍRCULO CROMÁTICO



Fonte: Nosso Cabide