

As Rupturas de Sentido no Corpo na Fotografia Publicitária de Moda Contemporânea¹

Maurício Rodrigues PEREIRA²

Nísia Martins do ROSÁRIO³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

O objetivo do presente artigo é compreender como a fotografia publicitária de moda contemporânea promove rupturas de sentido sobre os corpos que apresenta. Neste momento se traz à discussão questões teóricas sobre os seguintes eixos constitutivos: o corpo, a moda e a publicidade, a fotografia de moda e a as rupturas de sentido que se dão a ver na relação com o conceito de explosão de Yuri Lotman (Semiótica da Cultura). A metodologia utilizada é de natureza analítica, inspirada na Semiótica da Cultura e que tem como princípio os processos de observação e interpretação do objeto empírico. Nota-se um corpo que, ao apresentar traços do processo explosivo, aproxima-se do sistema da arte e do texto criativo; um corpo que rompe com os sentidos de sua materialidade física e de sua condição política e que reflete sobre os sistemas coercivos – neles a própria moda – que o cercam.

Palavras-chave: corpo; fotografia publicitária; moda; ruptura de sentidos; Semiótica da Cultura.

A fotografia de moda enquanto modalidade da fotografia publicitária assume o influxo da cultura da qual faz parte no contemporâneo e, junto a isso, os corpos nela fotografados que estão a serviço da moda passam por transformações e adquirem diversos significados conforme se apresenta tal linguagem fotográfica. Nessa perspectiva, o presente trabalho tem como objeto de investigação as rupturas de sentido sobre os corpos nos textos fotográficos publicitários de moda da contemporaneidade. Este estudo é realizado em conexão com a pesquisa *Corpos em Explosão: Rupturas e Reconfigurações de Sentidos nas Corporalidades* a qual é coordenada pela professora Dra. Nísia Martins do Rosário (UFRGS) e investiga aspectos teóricos e metodológicos das rupturas de sentidos em corpos de sujeitos mediados pelo viés da Semiótica da Cultura. Se fazem reflexões sobre o âmbito do corpo,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Cinema e Audiovisual, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduando em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Email: mauriciorp1409@gmail.com.

³ Professora e pesquisa do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação e do curso de Comunicação Social da UFRGS. Pesquisadora PQ/CNPq. www.corporalidades.com.br.

da publicidade e da moda, das rupturas de sentido sustentadas pela Semiótica da Cultura e pela própria linguagem da fotografia de moda. O método utilizado é de natureza analítica, baseado também na Semiótica da Cultura e que tem como princípio os processos de observação e interpretação do objeto empírico, considerando a identificação de imprevisibilidades e descontinuidades na semiose de fotografias publicitárias de moda contemporâneas.

Sobre o Corpo

Para se poder entender neste estudo o corpo enquanto objeto de investigação, se traz aqui, principalmente, fragmentos do caminho percorrido por Ieda Tucherman em sua obra *Breve história do corpo e de seus monstros* (1999), a qual, além de traçar um eixo diacrônico sobre o corpo, levanta debates sobre como esse se relaciona e é percebido pelas sociedades em que está contextualizado. Tucherman (1999) reconhece determinada herança dos preceitos filosóficos de Platão – o qual teria marcante influência de Pitágoras – no que rege o entendimento que se tem, até a contemporaneidade, sobre o corpo. Esse saber estaria ligado à uma leitura da natureza a partir da geometria, e nessa perspectiva, um quadro onde o corpo e a sua presença é “sempre o enunciado do desejo de forma. O que significa imagem totalizada, reconhecível no espelho” (TUCHERMAN, 1999, p.35).

Portanto, partindo desse princípio corpo-imagem levantado pela autora em função dessa concepção da filosofia grega, fica evidente que tais desejos de forma levaram a se considerar uma imagem idealizada do corpo; sendo assim, o corpo idealizado se expressa como corpo político, como condição de ordem social e como suporte para relações que tangem a ordem política, um médium para as relações do saber pedagógico e do poder. Avançando a discussão para o período da modernidade, essa herança de corpo enquanto instrumento político mostra suas relações de poder em uma sociedade organizada sob normas rígidas de controle: a nudez, as necessidades naturais, os atos sexuais, por exemplo, tornam-se práticas impróprias. Tucherman (1999) adverte para o sentimento que se instala então no íntimo do ser, de auto-restrição imposta externamente pelas autoridades, instâncias políticas e a própria comunidade.

É preciso dizer que esse corpo postulado como “corpo moderno” trazido pela autora não só faz menção ao período histórico da modernidade como também abarca o corpo como foi tratado pelas lógicas de disciplinas teóricas como sociologia e da filosofia: a mesma corporeidade que entraria em crise posteriormente junto às concepções de crise do sujeito tão

exploradas sob o arcabouço da pós-modernidade. Sobre essa adversidade do corpo moderno, então, Tucherman (1999) pontua que o corpo saudável, controlado pelo campo social, dificilmente era percebido pelo sujeito e raramente sujeito à experiência. Apenas quando adoecia ou era prejudicado, o corpo se fazia presente perante a consciência, o que para autora, indício de tal presença repentina seria uma ruptura do sujeito da maneira o qual este vinha se compreendendo. Esses argumentos unidos a uma reflexão que Tucherman faz da Declaração dos Direitos Humanos (em um sentido de o corpo ser uma propriedade do homem, logo, uma responsabilidade) levam a se pensar, assim, em outras maneiras de poder: uma espécie de “corpo biopolítico”, o qual também lança deveres para o homem, como manter a sua integridade e saúde corpórea. Por outro lado, justamente essa medicalização excessiva do corpo e cuidado por manter sua preservação física, é o que a autora identifica como demonstrativo da crise do corpo moderno, e, por conseguinte, da modernidade. A ideia de corpo totalizado, singularizado e reconhecível se dissolve diante das simulações e dos duplos que colocam em xeque a noção de realidade, a qual era associada à presença dos suportes materiais.

Nesse ponto é relevante trazer contribuições de Villaça e Góes (2001), os quais afirmam que o projeto de corpo moderno dinâmico, autoritário e prodígio torna-se marcado pela dúvida e pela indiferenciação na cultura da pós-modernidade; “formas misturam-se, fragmentam-se, virtualizam-se, tendem ao desaparecimento, gerando fantasmas mais que corpos, figuras hesitantes e até grotescas” (VILLAÇA; GOES, 2001, p.132). Contudo, por mais que se perceba esse aspecto de secularização da alma no corpo experimentado na modernidade, Tucherman ressalta que isso não necessariamente faz o homem prisioneiro de sua corporeidade, e postula o corpo como um contador de histórias, ganhando assim sua existência:

Sobre esse corpo histórico, varias fantasias foram sobrepostas, como mantos que o cobriram de outra pele. Na Grécia antiga ele vestia a virtude da beleza; na Idade Média cristã o manto da castidade que “cobria as suas vergonhas”; nas cortes europeias dos séculos VXII e XVIII os artificios das perucas, dos brocados, das jóias, etc., sinais da aristocracia e da riqueza que nele deveriam ser expostos. O século XIX traz a nova marca da veste burguesa [...] O século XX traz-nos a indústria da moda e o seu “império do efêmero”; a volatilidade desta implicando concepção de uma visão do corpo onde a metamorfose é prevista, requerida, produzida e imposta (TUCHERMAN, 1999, p.105).

Desse modo, o corpo pode ser visto como mecanismo de identificação e alteridade, logo, também é um corpo-expressão. Nas suas reflexões sobre as relações de identidade e

alteridade do corpo humano, um dos exemplos notórios trazidos pela autora é o processo de diferenciação do sujeito na era moderna com aquele que seria o distinto extremo, o “*freak*”, pessoas que nasceram com alguma deficiência ou mesmo as que assim eram inseridas nesta categoria por alguma característica especial (como eram vistos os tatuados na época). Tucherman (1999) ressalta como esses indivíduos eram tratados como “os outros”, geralmente pessoas mostradas em shows e performances específicas para *voyeurs* curiosos. Contudo, na segunda metade do século XX em diante, o “*freak*” passa a adquirir novos significados. Por vezes, marcas visíveis do grotesco ou a encarnação daquilo que é considerado excepcional são experimentados no corpo como atitude de resistência e protesto; o diferente como postura social transforma-se não só “numa estratégia de afirmação da diferença, mas também da fuga aos sistemas disciplinares” (TUCHERMAN, 1999, p.144). Posto assim, esse novo “*freak*” seria aquele que afirmaria no contemporâneo uma maior pluralidade de corpos e combateria a binariedade moderna entre o reconhecimento do “eu” e a diferença do “outro”.

No entanto, a autora visualiza um cenário atual em que esses processos de diferenciação do corpo foram absorvidos por uma sociedade voltada para o consumo e para o mercado, indicando, paradoxalmente, uma homogeneização desses princípios. Os corpos outrora reivindicantes da contracultura (corpos feministas, corpos gays, corpos hippies, corpos punks), por exemplo, foram agregados ao sistema cultural vigente num movimento em que ao fazê-lo “obtinham-se duas excepcionais vantagens, já que, incorporando-os como produto, anulava-se a crítica que eles representavam e, de outro lado, realimentava-se a juventude, ao mesmo tempo, como categoria e público para o consumo” (TUCHERMAN, 1999, p. 147).

Aproximando as reflexões feitas até aqui com os objetivos deste trabalho, por mais que posteriormente as relações do corpo com o contexto da moda sejam feitas neste artigo, principalmente, à luz dos escritos de Claudio Marra (2008), traz-se aqui neste momento o quanto o diálogo desse corpo - dito homogeneizado no consumo - com a moda é significativo em diversos campos no contemporâneo: artístico, científico, sociológico, etc. A mesma moda que afirmará as faculdades corpóreas e sua identidade, também registrará movimentos de rebaixamento desse corpo, num processo de se enfatizar o grotesco, “o imaginário maquínico num movimento caleidoscópico que depõe sobre a dúvida identitária que paira agora no contemporâneo” (VILLAÇA; GÓES; 2001, p.133). Nessa perspectiva, parece assim que o

corpo submetido à lógica da moda está mais suscetível a transformações e rupturas, por mais que ainda seja mecanismo de afirmação desse grande regime do consumo.

As Rupturas de Sentidos e o Texto Criativo

É no conceito de explosão de Yuri Lotman (1999) que se dão a entender e estão inseridas as ideias de rupturas de sentido. No viés da Semiótica da Cultura, Lotman argumenta em *Cultura e Explosão* (1999) o processo explosivo como um momento de imprevisibilidade e tensionamento em que os sentidos são reconfigurados e novos códigos são gerados, interrompendo uma cadeia de continuidade e de causa e efeito. No entanto, o autor busca ressaltar que as imprevisibilidades não podem ser entendidas como um conjunto infinito de possibilidades ilimitadas; o momento explosivo tem o seu conjunto de possibilidades de reconfiguração. “Cada vez que falamos da imprevisibilidade, entendemos um determinado complexo de possibilidades, das quais somente uma se realiza” (LOTMAN, 1999, p.170). Também não são as imprevisibilidades dos processos explosivos as únicas maneiras de gerar novos sentidos, esses também podem ser resultantes de movimentos graduais que os reconfiguram na cultura. Lotman propõe a importância da combinação simultânea entre os processos explosivos e os processos graduais nas diversas esferas da cultura, visto que as diferentes formas de organização desses processos estabelecem um sistema dinâmico dessa cultura e do espaço semiótico (LOTMAN, 1999, p.26). Este espaço semiótico, por sua vez, segundo o autor, seria uma intersecção em vários níveis de vários textos, os quais possuem complexas correlações internas e diferentes graus de traduzibilidade e intraduzibilidade. Já se refletindo sobre a moda, infere-se que essa trabalha com ambas imprevisibilidades e tensionamentos do movimento explosivo em conjunto com os processos graduais, visto que comumente se apresenta como aquela que traz a novidade, rompe e determina com aquilo que já está estabelecido; contudo, também necessita de um período para que sejam absorvidas suas proposições e sejam levadas em consideração suas reivindicações de mudança.

Nessa perspectiva, levando em conta o contexto e o complexo sistema dinâmico dos processos explosivos no espaço semiótico, as rupturas de sentido podem ser entendidas como um processo de significação em que os sentidos são desterritorializados, assim, tensionando linguagens e códigos, em uma lógica de imprevisibilidade e descontinuidade. Provocam, também, uma ruptura nas semioses sob diferentes níveis, ritmos e intensidades,

interrompendo cadeias de causa e efeito e se estabelecendo, em alguns casos, como espaço da criação.

Também se faz aqui importante entender, a partir do conceito de Lotman (1999), a ideia de texto: um sistema de conjunto de signos em relação, os quais podem ser codificados e transpostos entre si, capazes de gerar sentidos e diversos significados. A cultura, em relação a ideia de texto, por sua vez, pode ser lida como um sistema complexo que abarca a combinação de várias linguagens, que colocam em relação vários sistemas de signos com codificação própria. Neste panorama, Lotman descreve as relações e significados daquilo que vem a ser o texto artístico:

A natureza signica do texto artístico é fundamentalmente dupla: por um lado, o texto simula a mesma realidade, se finge de uma coisa entre as coisas do mundo real, com uma existência autônoma, independente do autor. Por outro lado, constantemente nos recorda o fato de ser a criação de alguém e de significar algo. Nesta dupla interpretação surge o jogo, no campo semântico, entre “realidade e ficção” (LOTMAN, 1999, p.105).

Para este trabalho que investiga as rupturas de sentido no corpo em textos fotográficos publicitários da moda contemporânea, tais argumentos de Lotman servem para refletir as aproximações que venham a ter esses textos com a lógica dos textos criativos. O autor indica que as estruturas de narração visual, que unem o sentido da realidade, próprio de tudo aquilo que é visível, com toda a possibilidade gramatical da irrealidade foram um material potencial para a criação artística (LOTMAN, 1999, p.58). Desse modo, o corpo apresentado nos textos fotográficos que aqui servem de objeto de análise pode suscitar correlações com a criação artística e com a arte em função da imbricação de temáticas da realidade e da ficção desses textos. Busca-se lembrar a importância dada à arte a ao texto artístico por Lotman, referida por ele como meio de conhecimento do próprio ser humano. Para o autor, a “autêntica natureza do ser humano não pode se revelar na realidade. A arte leva o homem ao mundo da liberdade e, portanto, lhe revela as possibilidades de suas ações” (LOTMAN, 1999, p.205). Da mesma forma, já se cunhando uma estreita relação, o autor italiano Claudio Marra (2008) ressalta que não é possível falar de moda – eixo temático desse estudo que será abordado a seguir – nem tampouco de um uso estético da fotografia para com a moda sem envolver o estatuto da arte. Concebe-se aqui um interessante campo de reflexão sobre os textos artísticos e rupturas de sentido de Lotman nos eixos da moda e da fotografia de moda, uma vez que estes são vistos também sob à égide de suas aproximações com o viés artístico por Marra.

Para continuar avançando nas investigações desse trabalho, se faz a partir de agora uma reflexão sobre o contexto da moda, da publicidade e da própria fotografia de moda que apresenta o corpo no qual se buscam compreender as rupturas de sentidos.

Reflexões sobre Moda e Publicidade

Lotman (1999) identifica na moda uma estrutura social dinâmica em função das suas mudanças regulares. Leia-se a moda então, como um espaço semiótico que pré-dispõe uma maior sensibilidade às rupturas de sentidos e geração de novos códigos. Jean Baudrillard, por sua vez, conceitua a moda em sua obra *A Troca Simbólica e a Morte* (1996) como um esquema de ruptura, de progresso e de inovação. Por outro lado, não é arriscado conceber que o sociólogo francês identifique na moda uma simulação vazia, que encontra a sua finalidade em si mesma. Moda que gera colocações ambivalentes no contexto social, num processo que, ao mesmo tempo, implica propriedades tanto de autonomia como coercivas diante daqueles que estão sob seu sistema; isso fica claro na seguinte passagem:

O que a moda nos impõe profundamente é a ruptura de uma ordem imaginária: a da razão referencial sob todas as outras formas, e se podemos desfrutar da desestruturação da razão, desfrutar a liquidação do sentido (em particular no nível do nosso corpo – donde a afinidade entre a roupa e a moda), desfrutar dessa finalidade sem fim da moda, também sofreremos profundamente com essa corrupção da racionalidade por ela implicada, quando a razão cai sob o golpe da alternância pura e simples dos signos (BAUDRILLARD, 1996, p.112).

A moda funciona como um instrumento de poder na sua lógica de alternância. Lotman (1999) explica que inserir algum elemento dentro do espaço da moda é torna-lo relevante e dotado de significado. Tem-se aí mais uma compreensão das dimensões de poder da moda em um determinado sistema cultural. Para o semiótico russo, a moda é sempre semiótica, um regime de transformação do não significante em significante (LOTMAN, 1999, p.114). Percebe-se a partir dos escritos desses dois autores não só uma posição crítica em relação ao sistema moda, mas também um reconhecimento de que, para se fazerem valer as suas prerrogativas, a moda também pode exibir um caráter transgressor. Lotman chega a identificar na moda uma constante verificação experimental dos limites daquilo que é considerado lícito em determinadas sociedades (LOTMAN, 1999, p.115).

Ademais, busca-se refletir sobre a publicidade que se envolve e se manifesta como moda, visto que o *corpus* deste estudo se constitui de imagens fotográficas publicitárias da

moda. Gilles Lipovetsky contribui para o assunto em *O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas* (1989) quando identifica na publicidade os próprios princípios da moda, como a originalidade sem pudores, a mudança permanente e a efemeridade. O autor ressalta uma publicidade no contemporâneo que se alimenta do efeito choque, de teatralidade espetacular, de pequenas transgressões com jogos de associações que fazem curtos-circuitos de sentidos em uma comunicação pouco realista; uma publicidade que é discurso de moda. O autor revela questões sobre esses artifícios que tornam a publicidade um mecanismo cada vez mais extravagante e que constantemente prima por novas invenções que devem, necessariamente, ser criativas. Para atingir esses objetivos, as peças publicitárias ditas dotadas de criatividade se desdobram em uma magia dos artifícios, se exibem em hiperespetáculo e estão indiferentes ao princípio da realidade e à lógica da verossimilhança (LIPOVETSKY, 1989, p.188). Ao identificar na publicidade uma ferramenta capaz de lançar modas, Lipovetsky afirma que que essa seria a própria moda na ordem da comunicação. E por ser uma comunicação-moda, a publicidade, assim posta, também se torna uma forma do processo de dominação burocrática moderna. (LIPOVESTKY, 1989, p.191).

Linguagens da Fotografia de Moda

Nessa perspectiva, inseridas no contexto das imagens publicitárias, estão as fotografias de moda. Claudio Marra (2008) vai ao encontro de Lotman (1999) quando coloca a moda como aquela que põe em evidência um elemento (e esse passa a ser significante), encontrando, nesse passo, na fotografia e o seu caráter de presença indicial, um papel de primeiro plano na definição teórica do fenômeno moda (MARRA, 2008, p.39).

Para debater a fotografia de moda, Marra adota em sua obra *Nas Sombras de um Sonho: História e linguagens da fotografia de moda* (2008) um mecanismo didático que identifica não só uma fotografia da moda como também a existência de uma moda na fotografia, isto é, um mundo paralelo que virtualmente repropõe a experiência da roupa vestida (MARRA, 2008, p.32). O autor faz esse caminho para refutar posições teóricas ingênuas de que a fotografia seria uma simples cópia especular do mundo e de que a verossimilhança é a sua propriedade definidora. Ao propor a particularidade de signo indicial da fotografia, Marra (2008) indica o caráter de virtualização e simulação dessas imagens, em que o observador as usufrui como se estivesse assim usufruindo o real. Sendo essas fotografias de moda um *análogon* da realidade, isto é, construídas por meio do processo de presença irreduzível do real como referente (sendo isto indiferente à verossimilhança ou aos

modos de produção analógico ou digital), o caráter indicial constitui-se, principalmente, em uma dimensão pragmática, ligado à função de uso dessas imagens. Desse modo, o observador envolve-se na simulação encontrada nas fotografias de moda, vive uma prática de ilusão, consciente das relações de jogo entre realidade e ficção ali propostas. Sobre essas imagens, Marra postula que:

O aspecto documental e ilustrativo é somente uma parte bem limitada do trabalho que ela desenvolve. Muito mais relevante é a contribuição constitutiva que deriva, para a credibilidade do sonho, do poder de *analogon*, de indicialidade e de simulação expresso pela fotografia. Tome-se como exemplo o conceito de simulação, e não se poderá negar que a fotografia de moda, de fato, representa apenas um lugar virtual no qual nós, antecipadamente, tentamos verificar certa experiência de realidade, evidentemente fundada sobre o princípio do ‘como se’, mas crível e envolvente justamente porque fundado sobre o caráter de análogo do índice (MARRA, 2008, p.40)

Por outro lado, além dessa moda da fotografia vivida virtualmente pelo observador, também é importante reconhecer a fotografia de moda como imagem, como representação da moda. Para se fazer entender aqui os mecanismos da fotografia enquanto instrumento de representação para com esse sistema, será feita uma breve recapitulação de três modalidades e funções didáticas criadas por Marra (2008) para elucidar como trabalham essas imagens enquanto meios representativos: o efeito “jogo duplo”, o efeito “comportamento” e o efeito “corpo”.

Sobre o efeito “jogo duplo” Marra (2008) traça o caminho proposto por Gerard Lagneau⁴ em uma coleção de ensaios organizados em 1965 por Pierre Bordieu. A partir das reflexões sobre a fotografia publicitária feitas por Lagneau, Marra identifica na fotografia a capacidade de interpretar do melhor modo uma exigência das práticas publicitárias: ser ao mesmo tempo apresentação e representação de determinado objeto (MARRA, 2008, p.49). Longe de tentar flexionar um dualismo simplório entre conotativo e denotativo, o autor explica que em função da cultura reconhecer na fotografia uma função de realismo, o lado conotativo opera de maneira construída baseada justamente no princípio desse realismo que a fotografia pode induzir. “O autêntico jogo duplo quer que o blefe permaneça nos limites da verossimilhança” (LAGNEAU, 1972, p.200 apud MARRA, 2008, p.50). Lembra-se, no entanto, que esse suposto poder de transparência da verdade da fotografia não é uma essência, mas sim uma identidade a qual a cultura lhe reconhece. Para a fotografia de moda o “jogo

⁴ G. Lagneau, “Ilusione e miraggio”, em P.Bordieu (org.), La Fotografia (Rimini: Guraldi, 1972) apud MARRA, 2008, p.48.

duplo” também se faz extremamente fundamental, pois remetendo-se aos primórdios da introdução das fotografias nas publicações de moda no início do século XX, além do ganho em apresentação em relação aos desenhos, a fotografia passou a exercer a função de representação de um halo fantástico, tanto é, que na contemporaneidade, essa tendência de interpretar os climas sugeridos pela fotografia além da pura apresentação, levou muitas marcas a abdicar do plano denotativo, deixando de apresentar diretamente as peças de vestuário.

Para definir o efeito “comportamento” com um dos mecanismos do instrumento fotográfico que representa a moda Marra (2008) se volta para o âmbito das artes visuais. Identificando a relação da fotografia com o trabalho corporal de artistas que usaram a performance desde as vanguardas modernas até a retomada da *body art*⁵ nos anos 1960, o autor propõe que muito mais que simples registro documental, a fotografia foi capaz de prolongar o corpo em outras dimensões virtuais, sendo instrumento constitutivo dessas artes. A fotografia tornou possível que essas performances fossem prolongadas e complementadas em outros espaços físicos que além daquele de primeiro grau. Desse modo, essas praticas trazidas à fotografia de moda contribuíram para realizar um corpo que tendo seu caráter físico explorado na imagem, permite explorações do próprio ser. Para o autor, a fotografia permite com facilidade visualizar realizações do desejo, permite ver a roupa se encarnar em um corpo virtual que interpreta o estilo de cada projeto. Como já tinha se proposto sobre as pesquisas da *body art*, “na moda a fotografia permite a saída do corpo ordinário, comum, e a construção de uma nova identidade de modo completamente livre e fantasioso” (MARRA, 2008, p.57).

Já o efeito “corpo” recai sobre a capacidade que tem a fotografia de retomar gestos, posturas e a própria presença do corpo. Marra (2008) retoma as questões do corpo virtual apresentado pela fotografia como aquele que recupera a ausência do corpo físico. O impacto desse efeito “corpo” sobre a fotografia de moda, segundo o autor, vai desde a capacidade dessas imagens de recuperar a moda vivida (diferenciando-se, portanto, da peça de vestuário exposta que não encarna comportamentos e gestos) até os seus mecanismos de também gerar estímulos e despertar comportamentos sociais em função do uso do corpo. Graças ao advento da fotografia e a presença irredutível de um referente na realidade, comenta Marra, “à sua capacidade de exibir a ‘carne verdadeira’, as imagens das modelos que vemos na imprensa

⁵ A *body art*, ou arte do corpo, designa uma vertente da arte contemporânea que toma o corpo como meio de expressão e/ou matéria para a realização dos trabalhos, associando-se frequentemente a happening e performance. Não se trata de produzir novas representações sobre o corpo - encontráveis no decorrer de toda a história da arte -, mas de tomar o corpo do artista como suporte para realizar intervenções, de modo geral, associadas à violência, à dor e ao esforço físico (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL DE ARTE E CULTURA BRASILEIRAS, 2015).

especializada são, antes de tudo, corpos para se admirar e para se desejar” (MARRA, 2008, p.65). Mais do que um simples registro dos estilos e das propostas criativas de uma época, a fotografia de moda se propõe como um espelhamento, um modelo a ser desejado. Não é de se estranhar, por isso, que Marra atente para como esses desejos despertados vão ao encontro do desejo erótico, fazendo da fotografia de moda um mecanismo de caráter sensório abrangente; esse tipo de mensagem-moda difunde-se no contemporâneo e se encarna na figura de grandes *top models* que são somente a expressão corporal do desejo sexual como cerne dos intentos da moda.

No entanto, ainda se tratando sobre esse corpo que é apresentado pela fotografia de moda, também é possível notar nas produções mais contemporâneas uma espécie de sexualidade fria e que inverte o estereótipo do erotismo e do desejo sexual. Nessa perspectiva, ganha destaque o valor pela artificialidade da beleza e à sedução construída em laboratório, desenvolvendo um outro universo em que também se deleitam as representações de moda; capazes, portanto, de suscitar reflexões sobre campos que integram com perfeita sintonia temáticas da contemporaneidade como a da condição pós-humana. “Os novos sonhos passam hoje pelo desejo de um corpo perfeito, eternamente jovem, modificado e corrigido, até os limites de uma perfeição abstrata” (MARRA, 2008, p.209). Feitas essas breves reflexões sobre a fotografia que apresenta e que representa o sistema de moda, a qual, muitas vezes, tem no corpo um artifício para cumprir seus objetivos, parte-se para a análise das reconfigurações de sentidos dos corpos presentes nestes materiais.

Reconfigurações de Sentido no Corpo na Fotografia Publicitária de Moda

Para cumprir com os objetivos deste estudo, a metodologia utilizada é de natureza analítica, baseada na Semiótica da Cultura e que tem como princípio os processos de observação e interpretação do objeto empírico, considerando a identificação de imprevisibilidades e descontinuidades na semiose de fotografias publicitárias de moda contemporâneas. O *corpus* original desta pesquisa se compõe em um conjunto de 10 fotografias de moda selecionadas das páginas oficiais na internet e de publicações próprias de fotógrafos de moda contemporâneos. Entre esses estão alguns profissionais em que se identifica no estilo criativo das imagens indícios de rupturas de sentido consolidadas na Semiótica da Cultura: David LaChapelle, Tim Walker, Terry Richardson e Inez Van Lamsweerde. Desse modo, restringe-se o *corpus* a peças publicitárias e editoriais de moda que contenham modelos fotografados cujas criações apresentem traços do conceito de

explosão de Lotman (1999). Seleciona-se para esse artigo apenas duas imagens, em função de, nesse espaço, se poderem fazer explícitas as análises e resultados de apenas uma parte do *corpus*. Nesse sentido, optamos por examinar as fotografias de apenas um autor: Tim Walker.

A primeira imagem diz respeito à uma criação publicitária de moda fotografada por Tim Walker para a grife Stella McCartney em 2011. Já a segunda imagem faz parte de um editorial clicado pelo fotógrafo para a *Vogue Itália* de janeiro de 2012. Ambas imagens foram retiradas da publicação própria de Tim Walker denominada *Storyteller* (2012).



Imagem 1 Kirsi Pyrhonen as mechanical doll. Tim Walker. 2011. Fonte: *Storyteller*, 2012, p.168.

Percebe-se nesta imagem de Tim Walker um corpo que se torna mutável, passível de ser atualizado com a aplicação dos braços mecânicos. Há um tensionamento que se dá pela presença das órteses que se ligam ao corpo da modelo: a unção entre os membros artificiais e naturais gera um embate entre o ser orgânico e o inorgânico, de ordem mecânica e artificial. Mais do que isso, essas duas instâncias parecem dar a relação à um jogo compositivo da imagem que quer colocar em xeque dualismos como o homem e a máquina e também o aspecto atual e a novidade da moda com o obsoleto e estático do corpo que se apresenta. Ademais, infere-se o choque entre os elementos orgânicos e inorgânicos que dão ao corpo uma nova anatomia e uma transfiguração de sua superfície tornada artificial. A moda, embora esteja bem visível, fica em segundo plano diante deste corpo exótico que se apresenta; há uma passividade por parte da representação da modelo, que se aproxima da sua personagem que remete aos bonecos autômatos; sua caracterização leva a crer numa cena melancólica, que sem maiores referentes no espaço e tempo se perde da realidade racional, fazendo desta imagem muito mais folclórica do que verossímil.

Não só a nova condição física do corpo como uma boneca se comporta como traço de uma descontinuidade dos modelos de corpo da moda, como também há uma grande imprevisibilidade na relação pragmática de uso da moda neste corpo autômato. O corpo virtualiza-se e assim o faz com a moda, desloca sua problemática enquanto superfície para outra natureza que não mais humana. Os membros humanos imbricados com as órteses expostas se promovem como uma corpo-expressão, causando uma pequena transgressão a qual se percebem os motes criativos da campanha. Nota-se a apresentação do produto em contraste com uma representação teatral e lúdica da performance, o que torna essa texto fotográfico publicitário da moda um tensionamento entre realidade e ficção, um jogo duplo (MARRA, 2008) que se aproxima do conceito de texto criativo de Lotman (1999); e uma vez feita essa relação, esse corpo pode ser interpretado em toda a liberdade que opera por ser livre, pois, dos cânones daquilo que se espera do corpo humano, propondo um *comportamento-roupa* mais transgredido, um modo de ser e de vestir moda que se encontra justamente na ruptura de sentido, na reconfiguração de códigos do próprio sistema impositivo do “como vestir” ou de como deve ser o “corpo vestido” da moda.



Imagem 2 *Giant doll kicks Lindsey Wixson. Tim Walker. 2011. Fonte: Storyteller, 2012, p.197.*

Já na Imagem 2, a figura humana na fotografia é escalarmente diminuída em comparação com as dimensões da boneca, criando instantaneamente um estranhamento por parte do observador. O ritmo da imagem que se dá pela ação da boneca gigante cria um tensionamento iminente; o brinquedo que está ultrapassando os limites da cerca e gerando a

ideia de movimentação e narração da fotografia, vem a pisotear a modelo que se comporta como vítima da situação. Tal atitude da personagem humana é teatralizada, performática, ela paira em uma posição plástica para receber o afronte do brinquedo gigante. Não há verossimilhança na representação, a interação da boneca que ganha vida com a modelo em um cenário saturado e plástico retira a cena de uma possível realidade. Percebe-se a configuração dessa imagem enquanto um texto criativo, o qual se dá pela presença da boneca que, diferentemente de sua destinação clássica de ser passiva aos moldes de um objeto-brinquedo, ganha novas proporções e papéis no quadro representativo. Ao interpretar esse texto fotográfico, verifica-se que a nova atitude do brinquedo é uma inversão do papel que lhe foi destinado: adquirindo proporções descomunais, a boneca inverte sadicamente a relação humano e objeto e coloca mais uma vez em combate o inorgânico com o orgânico, a realidade e a ficção. A indumentária de moda da modelo parece atualizar a roupa ultrapassada e kitsch da boneca, o que se pode interpretar como um grande hipertexto usado, ambigualmente, por Tim Walker, de crítica ao sistema de moda.

Há uma desterritorialização dos sentidos, não porque não se pudesse verificar na realidade um brinquedo em tamanhas proporções, mas porque este é dotado de comportamentos e intenções, sendo agente da construção narrativa; nota-se também no contraste entre as posturas corporais da modelo e da boneca certa alusão aos padrões que o sistema moda gera: a primeira, esguia, se contorce entre suas expressões corporais bem definidas, enquanto a segunda está inflada e enrijecida; lê-se então, na narratividade que acompanha a cena, a função dos corpos e anatomias de acordo com aquilo que representam para a moda. Esta fotografia permite reconfigurar códigos dos corpos que estão a serviço da moda e de seu bel-prazer de consumo, brinca com a natureza que essas figuras corpóreas adquirem, concebe um jogo dicotômico que os liberta e apreende-os, leva esses textos criativos à uma reflexão do próprio sentido do que é estabelecido pelo sistema moda de como o corpo humano deve ser e se comportar.

Considerações Finais

Os corpos apresentados pelas fotografias publicitárias de moda, como abordou-se, comportam-se de diversos modos e promovem distintas relações com as intenções da moda que ora apresentam, ora representam. São corpos-expressão, sujeitos à performance, que encarnam modos de ser, mas que também rompem códigos desses mesmos modos de ser; a publicidade da moda mostra-se, paradoxalmente, um campo que mostra afinidades e espaço

para promover rupturas de sentido sobre essas corporeidades fotografadas. Nota-se um corpo que, ao apresentar traços do processo explosivo, aproxima-se do sistema da arte e do texto criativo. Não se pode perder de vista, contudo, a função mercadológica dos corpos que se configuram como manequins de apresentação direta das peças de moda, por outro lado, percebe-se um corpo que, por vezes, rompe com os sentidos de sua materialidade física e de sua condição política, um corpo que reflete sobre os sistemas coercivos – neles a própria moda – que o cercam e que flerta com temáticas como o corpo pós-humano e a virtualidade.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

BODY Art. In: **ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras**. São Paulo: Itaú Cultural, 2015. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3177/body-art>>. Acesso em: 10 de Jul. 2015. Verbete da Enciclopédia.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

LOTMAN, Yuri M. **Cultura y explosión: lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social**. Barcelona: Gedisa, 1999.

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

TUCHERMAN, Ieda. **Breve história do corpo e de seus monstros**. Lisboa: Vega, 1999. (Passagens).

VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. A emancipação cultural do corpo. In: VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred (Org.). **Nas fronteiras do contemporâneo: território, identidade, arte, moda, corpo e mídia**. Rio de Janeiro: Mauad: FUJB, 2001. p. 131-136.

WALKER, Tim. **Storyteller**. Londres: Thames And Hudson, 2012.