

## A lenda e a renda: editorial de moda e fotografia artística

1

Kaio Lenno ARAUJO<sup>2</sup>

Ivan Andrey Farias da COSTA<sup>3</sup>

Bruna Thaise Lima DUARTE<sup>4</sup>

Everton David Santos de SOUZA<sup>5</sup>

Agda Patrícia Pontes de AQUINO<sup>6</sup>

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

### RESUMO:

“A lenda e a renda” é um ensaio produzido para a segunda edição da revista Xique Xique, que é produzida por alunos do curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) no qual usa a fotografia artística para representação de uma lenda urbana. A edição tem como tema a renda e o editorial fotográfico foi pensado para trazer uma versão mais artística da fotografia para a revista. Neste artigo, mostramos como as fotos foram executadas e inspiradas em lendas urbanas.

**PALAVRAS CHAVES:** editorial de moda; fotografia artística; lendas urbanas; renda; revista Xique Xique.

### INTRODUÇÃO

A moda vem desempenhando ao longo de toda a sua existência o *status* de seus usuários sendo, ainda, considerada fator de construção da identidade dos sujeitos, muitas vezes demonstrando sua filiação a valores específicos de um determinado grupo ou sociedade. E a imagem de moda propagada pelas publicações cumpre um papel fundamental nesse processo de identificação.

O que hoje são consideradas as primeiras fotografias de moda da história não eram chamadas assim na época em que foram produzidas. Em meados do século XIX, com a popularização da fotografia, esta aos poucos substituiu a pintura no ato de registrar imagens de damas da sociedade, atrizes e debutantes que, de corpo inteiro, exibiam e registravam seus melhores trajés. No início do século XX as imagens fotográficas de moda começam a substituir as ilustrações nas publicações da área em países como França e Estados Unidos.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT 03 Ensaio fotográfico artístico (conjunto).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: kaiolennoaraujo@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: ivanandrey@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: brunaduarte934@gmail.com.

<sup>5</sup> Graduado no curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: souzaeverton2010@gmail.com.

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: profagdaaquino@gmail.com.

“Nas fotos editoriais e de propaganda, a fotografia de moda se inspirou na cultura da época e foi moldada por ela, deixando um registro cativante das mudanças drásticas no papel da mulher entre 1900 e 1945.” (HACKING, 2012, p. 260).

Nos anos 1930, impulsionados pelo avanço tecnológico dos equipamentos fotográficos, as imagens de moda começaram a ganhar mais naturalidade e saíram dos estúdios. Foi quando as cidades e as paisagens urbanas passaram a compor a fotografia de moda e o ideal de beleza, inserindo-a em cenas mais reais e cotidianas. “Câmeras portáteis como a *Leica*<sup>7</sup> possibilitaram aos fotógrafos trabalharem com realismo fotojornalístico fora dos limites do estúdio.” (HACKING, 2012, p. 263). Durante a Segunda Guerra Mundial, o registro da imagem de moda passou a ser mais documental e direto, seguindo o clima de recessão do período.

Passada a Segunda Grande Guerra, a alta-costura entrou em decadência e o eixo central do mundo da moda mudou para Londres, que se tornou o centro criativo de jovens estilistas e fotógrafos que fundaram um movimento batizado de “*youthquake*” em 1963, por Vreeland, então editora-chefe da *Vogue* (HACKING, 2012). As décadas seguintes são marcadas por mais liberdade nos temas das fotografias de moda, marcadas muitas vezes pelo erotismo e pela crítica ao consumo. “A fotografia de moda do fim da década de 1970 e início da de 1980 muitas vezes apresentava fantasias de luxúria e consumo, e as mais controversas dessas imagens eram publicadas em revistas europeias.” (HACKING, 2012, p. 488).

Nos anos 1990 o gênero foi marcado pelo neorrealismo<sup>8</sup>, também chamado de antimoda. Fotografias com forte interesse pelo cotidiano e por pessoas e situações comuns passam a aparecer de forma mais constante nas diversas revistas de moda: se aproximam das expressões de cultura das ruas. Algumas mais conceituais, como a *Dazed & Confused*, aparecem e se destacam com fotos de conotação sexual. O que também se fez presente foi o estilo documental de rua característico da revista *i-D*, os *straight up*, que defendiam uma fotografia mais pura. “*Punks*<sup>9</sup>, jovens adeptos do estilo *New Wave*<sup>10</sup> e outros passantes

---

<sup>7</sup> Abreviação de Leitz(sche) Câmera é o selo de uma empresa óptica alemã que tem a sua produção em Portugal. Considerada pioneira nas câmeras portáteis e uma das melhores marcas de equipamento fotográfico até hoje.

<sup>8</sup> Foi uma corrente artística de meados do século XX, com um caráter ideológico marcadamente de esquerda / marxista, que teve ramificações em várias formas de arte (literatura, pintura, música), mas, atingiu o seu expoente máximo no Cinema neorrealista, sobretudo no realismo poético francês e no neorrealismo italiano.

<sup>9</sup> Movimento que teve origem nos Estados Unidos na década de 1970, tem como princípios de autonomia do faça você mesmo, o interesse pela aparência agressiva, a simplicidade, o sarcasmo nihilista e a subversão da cultura. Entre os elementos culturais *punk* estão: o estilo musical, a moda, o design, as artes plásticas, o cinema, a poesia, e também o comportamento (podendo incluir ou não princípios éticos e políticos definidos), expressões linguísticas, símbolos e outros códigos de comunicação.

vestidos de forma estilosa eram parados na rua e clicados em frente a um muro, de corpo inteiro, com as próprias roupas.” (HACKING, 2012, p. 489).

Desde o fim dos anos 1990 a manipulação (ou pós-produção a partir de softwares) tornou-se parte fundamental do trabalho dos fotógrafos e a internet um espaço de grande expansão, referência e divulgação para os produtores de imagens de moda. Além disso, essas imagens ganham cada vez mais características artísticas e libertárias, além de permitirem aos fotógrafos criarem seus próprios estilos, independente da publicação à qual as fotos se destinam.

A jornalista e crítica de fotografia Simonetta Persichetti defende a ideia que a fotografia de moda hoje é a expressão mais livre dentro da história da fotografia, já que nela tudo é permitido e que sua função é nos trazer um sonho, uma ideia, um conceito.

É pensando assim que foi realizado o ensaio “a lenda e a renda”, tentando trazer essa liberdade da expressão artística para mostrar um ensaio de vestidos de noivas, feitos de renda, fugindo do óbvio, diferente do que estamos acostumados a ver.

## **OBJETIVO**

Reproduzido para a segunda edição da revista de cultura de moda Xique Xique<sup>11</sup>, o editorial tem como principal objetivo fomentar a discussão sobre a fotografia de moda poder ser entendida como fotografia artística e não exclusivamente publicitária. Como também capacitar os alunos a pensarem, produzirem e executarem um editorial fotográfico de moda usando como inspiração as histórias do imaginário popular.

É de extrema importância que os alunos participantes criem e reflitam sobre o conceito e participando de todas as etapas de criação ganhem experiência para trabalhos futuros. Além de proporcionar um olhar diferenciado para a fotografia, e para a comunicação visual.

## **JUSTIFICATIVA**

Para Marra (2008, p. 15-16). a fotografia de moda obviamente serve para fazer com se veja a roupa, porém não apenas isso: é um simulacro da realidade, embebida em uma áurea mágica própria dos movimentos artísticos. Ele diz também que “É igualmente verdadeiro que diante de uma boa imagem de moda nós entramos em contato com algo

---

<sup>10</sup> O termo *new wave* era considerado sinônimo do *punk rock* antes de se tornar um estilo musical independente, que incorporava elementos da música eletrônica, música experimental, *mod* e *disco*, assim como o pop dos anos 60. Era considerada um estilo mais singelo e inocente, embora preservasse a falta de reverência de *punk*.

<sup>11</sup> Link para a edição online: [http://issuu.com/revistaxiquexique/docs/xiquexique\\_2\\_renda](http://issuu.com/revistaxiquexique/docs/xiquexique_2_renda)

mais, algo mais sugestivo que a pura informação sobre o produto. 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”.

Por volta da década de 1960, as revistas trouxeram para as suas páginas um grande aliado; o editorial de moda. Com o passar do tempo, novas políticas editoriais foram sendo implantadas, e com elas, os editoriais foram mudando também. Antes, como o objetivo de mostrar as últimas coleções de estilistas, hoje ela vai além, e pode contar histórias com suas fotografias.

Existem hoje basicamente dois tipos de editorial de moda para revistas: os publicitários e os editoriais de cunho informativo. O primeiro tem vinculações econômicas que pautam como a imagem deve ser produzida e o que deve conter nela, já o segundo é livre de intervenções comerciais e pode ser mais conceitual na criação das imagens de moda, pode beber em todas as fontes possíveis da vida cultural.

Para Easterby (2010) o trabalho dos fotógrafos de moda é importante não apenas como registro imagético de venda de produtos, eles são registros históricos e culturais de um povo e de um tempo. O autor afirma que é necessário ter sintonia com a identidade cultural da população a quem se destina a fotografia de moda para que o resultado obtenha o alcance desejado. “As imagens criadas pelos fotógrafos de moda têm uma conexão tão forte com o público que contribuem para mudar as tendências que sustentam a sociedade.” (Idem, p. 30).

Quem também sustenta esse pensamento é Marra (2008), para quem a moda é algo mais articulado do que simplesmente a roupa: se trata de um fenômeno maior, que relaciona o indivíduo com o seu papel no mundo; e a fotografia de moda o símbolo máximo dessa mensagem. “[a moda] é um fenômeno complexo que concerne e relaciona entre si comportamentos, modos de ser, formas de linguagem e qualquer outra escolha graças à qual estruturamos o nosso ser no mundo. A moda é então também fotografia, aliás, o fotografar, o ato e a prática de fotografar, entendidos como desejo não só de criar, mas de desdobrar a nossa vida em imagem.” (MARRA, 2008, p. 15).

O autor reflete sobre o grau de abstração que os indivíduos vivenciam quando em contato com as fotografias de moda. Para além de ver a roupa, ele afirma que diante de uma boa imagem de moda as pessoas entram em contato com um universo mais sugestivo do que a pura informação sobre o produto. “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. 16).

“A lenda e a renda” surge com a proposta de trabalhar e exercitar esse lado artístico da fotografia com os alunos através de um editorial fotográfico com vestidos de noiva. O conceito foi pensado fazendo referência às lendas urbanas que são populares no nordeste. A inspiração maior veio da lenda da “Mulher de Branco” mesclando com a história da “Noiva Cadáver”.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Uma das partes mais importantes de toda a criação do ensaio fotográfico é o planejamento. No caso apresentado nesse texto, foi decidido qual o conceito que seria usado para o editorial, como também local(is), modelo(s), fotografo(s), peças de vestimenta, etc. pensando sempre dentro da linha editorial da publicação.

Através de pesquisas, percebemos que os vestidos de noiva são peças que geralmente usam renda na sua composição. Portanto, foi decidido que essas seriam peças trabalhadas na revista que tinha a renda como tema da edição.

Analisando conceitos e revendo o que já tinha sido produzido por outras revistas comerciais, decidimos que buscaríamos algo que fugisse do óbvio. Fugindo da beleza tradicional, pensamos em enveredar por outras categorias estéticas.

Então, surge a ideia das lendas urbanas, especificamente da “Mulher de Branco”. Há diversas versões dessa mesma lenda, dependendo de cada região. Em algumas histórias, ela é uma mulher que foge de assediadores e que, supostamente, vaga pelo cemitério á noite. Em outra versão, é uma noiva que faz aparições nas estradas para atrair motoristas para a morte, como forma de vingança por ter sido abandonada.

Ao todo, foram necessárias 14 pessoas, divididas em produção de moda, assistência de moda, produção, fotografia, assistência de fotografia, modelagem, maquiagem e colaboração. Foram usadas 4 câmeras principais sendo elas: uma NIKON D90, uma NIKON D7000, uma CANON T3i e uma OLYMPUS E-PM2. Cada fotografo usava sua câmera para explorar um enquadramento, para que não houvessem fotos repetidas. Além

dessas, foram usadas duas câmeras para fotos dos bastidores (uma NIKON D5100 e uma NIKON D90) lentes 50mm, 18-105mm e lentes lomo<sup>12</sup>.

Foi necessária grande organização de toda a equipe no dia da produção fotográfica. Foi pensado o uso da luz natural, por opção estética e falta de recursos. A liberdade era um lema na hora de fotografar, afinal, era possível usar diferentes técnicas fotográficas como a dupla exposição e a longa exposição. Também foi definido o uso da foto preto e branco, já que a maioria das supostas fotos de fantasmas são em P&B.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Na revista, o editorial entrou com apenas 6 fotos, esse trabalho aborda 12 fotografias inscritas no Expocom. O ensaio conta a história da noiva fantasma, baseada em lendas populares de nossa cultura. Uma mulher, que perde o seu noivo em pleno altar, resolve cometer suicídio. Agora, sai do cemitério na hora em que seu casamento iria acontecer, e vive à vagar todas as noites, acompanhada de seu *bouquet* de flores secas. O ensaio foi realizado em uma tarde no cemitério Monte Santo na cidade de Campina Grande - PB.

Hoje, há muitas fotos e preto e branco digitais que são apenas a dessaturação do colorido, não que isso seja certo ou errado, porém, optamos por escolher a estética do P&B antes de fotografar, como acontece quando usamos a fotografia analógica. Porém, algumas imagens foram fotografadas em cores e na pós produção convertidas para o P&B.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A moda não é apenas o que está nas passarelas, nos blogs e nas últimas tendências, ela também conta histórias, de uma época, uma era, um lugar, um povo, assim como também é uma forma de comunicação e expressão. “[...] moda e indumentária são formas de comunicação não-verbal uma vez que não usam palavras faladas ou escritas” (BARNARD, 2003, p. 49).

Cientes disso, todo o processo de construção do ensaio serviu para que os alunos tivessem a oportunidade de contar de maneira diferenciada uma dessas histórias, unindo a renda com a lenda da noiva fantasma. Além disso, poder oferecer uma experiência mais parecida possível com as que existem no mercado.

---

<sup>12</sup> As lomos são câmeras analógicas automáticas de baixo custo, tem uma variedades de modelos. Atualmente existe o movimento chamado “Lomografia” que é o processo de fotografar com esses tipos de câmeras.

Para Buitoni (2011), trabalhar com imagem significa lidar com aspectos da percepção, do real e do imaginário. São essas histórias, reais ou lendárias que trabalhamos nesse ensaio. Para que as fotos serviram como registros da memória do povo. “Antes da invenção da fotografia não existia nada que pudesse fazer o congelamento de um instante, exceto o poder da memória. A fotografia surge, então, como grande auxiliar da memória.” (BUITONI, 2011, p.33).

Sendo assim, mais que simples imagens, podemos considerar os editoriais de moda fotografias que, tanto guardam aspectos de uma cultura, como são obras artísticas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Trad: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BUITONI, Ducilia Schroeder. **Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem**. São Paulo: Saraiva, 2011.

EASTERBY, John. **150 lições para aprender a fotografar: técnicas básicas, exercícios e lições para fotógrafos iniciantes**. São Paulo: Editora Europa, 2010.

HACKING, Juliet. **Tudo sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

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