

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HAB. PUBLICIDADE E PROPAGANDA

GISELE DE AZEVEDO ENDRES

***PERFORMATIVIDADE ANDRÓGINA: UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DA
ANDROGINIA NO *COMPOSITE* DE RAIN DOVE***

PORTO ALEGRE

2018

GISELE DE AZEVEDO ENDRES

***PERFORMATIVIDADE ANDRÓGINA: UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DA
ANDROGINIA NO COMPOSITE DE RAIN DOVE***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharela em Comunicação Social - Hab. Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Nísia Martins do Rosário

Coorientadora: Bel. Mariana Somariva

PORTO ALEGRE

2018

CIP - Catalogação na Publicação

ENDRES, Gisele de Azevedo
PERFORMATIVIDADE ANDRÓGINA: UMA ANÁLISE DA
CONSTRUÇÃO DA ANDROGINIA NO COMPOSITE DE RAIN DOVE /
Gisele de Azevedo ENDRES. -- 2018.
68 f.
Orientadora: Nísia Martins do ROSÁRIO.

Coorientadora: Mariana SOMARIVA.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Publicidade
e Propaganda, Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Fotografia. 2. Moda. 3. Androginia. 4. Gênero.
5. Rain Dove. I. ROSÁRIO, Nísia Martins do, orient.
II. SOMARIVA, Mariana, coorient. III. Título.

GISELE DE AZEVEDO ENDRES
A CONSTRUÇÃO DA ANDROGINIA NO *COMPOSITE* DE RAIN DOVE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade
e Propaganda Universidade Federal do Rio Grande
do Sul como requisito parcial à obtenção do grau
de Bacharela em Comunicação Social - Hab.
Publicidade e Propaganda.

Aprovado em: 11/12/2018

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Nísia Martins do Rosário – UFRGS
Orientadora

Bel. Mariana Somariva – UFRGS
Coorientadora

Prof^a. Dr^a Andrea Brächer – UFRGS
Examinadora

Ms. Caio Ramos da Silva – UFRGS
Examinador

A minha mãe Delfina (*in memoriam*),
por todo sangue, suor e lágrimas derramados
para que eu fizesse minha graduação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha Mãe Delfina (*in memoriam*) que, como dito na minha dedicatória, fez tudo que pode para que eu tivesse uma graduação e seguisse meus sonhos. Sem ela e todo o seu ensinamento do que realmente importa nessa vida - o amor, seja às pessoas ou ao o que você faz - eu não teria chegado nem perto de onde estou.

Ao meu irmão Gabriel, que está segurando a barra junto comigo nos últimos meses e que abraçou várias responsabilidades para que eu pudesse concluir meu caminho na reta final da graduação. Como eu costumo dizer, nem parece que levei doze anos para te conhecer, parecendo que tu estavas presente desde o início da minha vida.

Ao meu pai Mario que me ajudou como pode desde o início dessa jornada, ainda lá na Unisinos. Também por te me ensinado a gostar de trabalhar e fazer bem o que me proponho a fazer - o que de certa forma se reflete no meu empenho em cima desse trabalho.

Ao meu namorado Dyeison que me motivou em todos os momentos em que pensei jogar tudo para o alto, lembrando o quão eu sou capaz de fazer e resolver as coisas, além de toda a compreensão aos inúmeros finais de semana que nós mal nos vimos porque eu precisava de tempo para estudar - além de todo aquele que eu já ocupava durante a semana.

Aos meus amigos que se fizeram presentes nessa jornada e que entenderam minha reclusão e falta de comparecimento. Em especial a Luana, que se faz presente desde o primeiro momento dessa ideia de ter um diploma de graduação, compactuando com essa minha ideia louca de trancar a Unisinos e fazer cursinho para passar na UFRGS. Tu sabes bem que esse ímpeto de aventura vem dessa nossa convivência que já tem pelo menos um quarto de século.

Aos demais familiares por entenderem minha ausência nos últimos meses, aliada de certa forma ao meu luto.

A minha orientadora Nísia que aceitou em orientar esse trabalho e que me ajudou a superar vários medos e angustias nos últimos meses, sendo compreensiva e não desistindo de mim. A minha coorientadora Mariana que aceitou entrar nesse barco e que, além de me ajudar a entender vários conceitos, esteve comigo literalmente até o fim da realização dessa pesquisa.

E por último, mas o mais especial, agradeço à Gisele de 14 anos, que desenhou para a aula de artes um sonho - o de passar na UFRGS -, fazendo-se presente todos esses anos, ainda que inconscientemente, e que aguardou ansiosamente por longos anos a realização desse sonho.

RESUMO

Este trabalho propõe-se pesquisar como a agência Major Model NY constrói a androginia da/o modelo Rain Dove em seu *composite*, a partir das inter-relações de sentidos entre fotografia de moda e androginia, entendendo e identificando teoricamente essa androginia que se faz presente nas fotografias que integram o *composite* de Rain Dove. Para isso, realizamos um resgate teórico acerca de conceitos relativos a fotografia de moda, utilizando Short (2013) e Marra (2008); androginia, utilizando Singer (1990); e gênero, utilizando Butler (2017). No percurso metodológico, delimitamos nosso *corpus* de análise selecionando sete fotografias presentes no *composite* de Rain Dove e as analisamos utilizando como teoria acionadora aspectos da semiótica, levando em consideração o que Barthes (1990) propõe acerca dos níveis de significação e sentido – tais como sentido denotado e conotado; sentido informativo, simbólico e obtuso. Sendo assim, entre os resultados encontrados, concluimos que a Major Model NY constrói a androginia de Rain Dove em seu *composite* utilizando imagens que deixam claras suas potencialidades de *performatividade andrógina* e, enquanto modelo de perfil andrógino, foi possível perceber que Rain Dove se configura como alguém que questiona as atitudes e os papéis atribuídos aos gêneros binários em nossa sociedade, tendo destaque no mercado da moda por apresentar atitude e personalidade.

Palavras-chave: Fotografia; Moda; Androginia; Gênero; Rain Dove.

ABSTRACT

This work intends to investigate how the model agency Major Model NY builds the androgyny of the model named Rain Dove in his/her composite, from the interrelations of meanings between fashion photography and androgyny, understanding and identifying theoretically this androgyny that is present in the photographs composing the Rain Dove composite. For this, we carry out a theoretical rescue on concepts related to fashion photography, using Short (2013) and Marra (2008); androgyny, using Singer (1990); and gender, using Butler (2017). In the methodological course, we delimit our corpus of analysis by selecting seven photographs present in the Rain Dove composite and analyze them using semiotic aspects as a triggering theory, taking into account what Barthes (1990) proposes about levels of meaning and sense - such as sense denoted and connotated; informative, symbolic and obtuse. Thus, among the results found, Major Model NY builds the Rain Dove androgyny in his/her composite using images that clarify his/her androgynous performativity potential and, as an androgynous profile model, it was possible to understand that Rain Dove is configured as someone who questions the attitudes and roles attributed to the binary gender in our society, highlighting the fashion market by presenting attitude and personality.

Keywords: Photography; Fashion; Androgyny; Gender; Rain Dove.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 8 |
| 2 A FOTOGRAFIA: POSSÍVEIS LINGUAGENS, FUNÇÕES E PRODUÇÕES | 12 |
| 2.1 Narrativas fotográficas | 13 |
| 2.2 As funções básicas da fotografia | 14 |
| 2.3 A produção fotográfica de moda | 18 |
| 2.4 A fotografia de moda..... | 24 |
| 3 O CORPO NA MODA: SELEÇÕES, NORMATIZAÇÕES E QUEBRA DE PARADIGMAS | 27 |
| 3.1 A agência de modelos..... | 27 |
| 3.2 Os/as modelos..... | 29 |
| 3.3 O corpo padrão na moda..... | 32 |
| 3.4 O corpo exótico na moda..... | 37 |
| 3.4.1 <i>A androginia</i> | 43 |
| 4 RAIN DOVE E A ANDROGINIA: CAMINHOS METODOLÓGICOS..... | 47 |
| 4.1 Caminho metodológico: níveis de significação..... | 47 |
| 4.2 Major Model e a <i>performatividade andrógina</i> de Rain Dove..... | 49 |
| 4.2.1 <i>Contextualização e análise dos três momentos da carreira de Rain Dove</i> | 50 |
| 4.2.2 <i>Análise das fotografias selecionadas</i> | 57 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 64 |
| REFERÊNCIAS | 67 |

1 INTRODUÇÃO

A moda nos confere diversas possibilidades, entre elas a de ajudar a moldar e definir a sociedade a qual está inserida, justamente pelo fato de operar com agendamento de novidades (LIPOVETSKI, 2009) – seja através do lançamento das últimas tendências da alta costura, seja através das questões corporais presentes nos modelos que desfilaram nas últimas *Fashion Week*

Desde que trabalhei como assistente de *booker* numa agência de modelos sediada em Porto Alegre – de janeiro de 2009 a agosto de 2010 -, passei a acompanhar algumas tendências, bem como alguns modelos que se destacam no mercado da moda. Nessas minhas pesquisas, deparei-me com Rain Dove e sua história, passando a acompanhá-la através de suas redes sociais.

Em 2014, Rain Dove surge nas passarelas da *New York Fashion Week* chamando mais atenção do que imaginava ao desfilando para estilistas em coleções tanto femininas quanto masculinas¹. Suas características corpóreas aliadas a sua performatividade de gênero culminam numa androginia, ao ponto de as pessoas ao seu redor não conseguirem definir o seu gênero. Pessoalmente, Rain Dove se identifica como *gender capitalist*² (gênero capitalista, em tradução livre), o que significa que ela/e não se identifica como mulher – seu sexo designado ao nascer – nem homem, pois as pessoas que se utilizam desse rótulo reconhecem que há certas vantagens e desvantagens em se identificar com um gênero específico. Por essa perspectiva, ela/e configura-se enquanto mulher ou homem levando em consideração a maior vantagem que obterá performando um ou outro³.

Um exemplo disso é o ocorrido na seleção de modelos para desfilando a coleção da Calvin Klein na NYFW 2014. Segundo entrevista concedida ao BuzzFeed em abril de 2015⁴, ao comparecer a seleção de *casting* feminino, Rain Dove foi informada/o que estava no dia errado, sendo convidada/o a voltar no dia seguinte. Chegando ao local, ela/e se deu conta que estava na seleção do *casting* masculino. Após se confrontarem com seu "erro", a equipe responsável pela escolha dos modelos selecionou Rain Dove mesmo assim para os desfiles.

¹ Modelo andrógina na Semana de Moda de Nova York. Disponível em: <http://mais.uol.com.br/view/qcji1ffyt7fw/modelo-androgina-na-semana-de-moda-de-nova-york-04020D183872D8B95326?types=V&>>. Acesso em 12/07/2017.

² Informação exposta em sua conta na rede social Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/raindovemodel/>. Acesso em: 17/11/2018

³ *Drag has gone mainstream – but where are kings?* Disponível em: <https://www.vogue.com/projects/13541679/drag-kings/>. Acesso em: 17/11/2018.

⁴ 13 reasons Rain Dove is the androgynous model of your dreams. Disponível em: https://www.buzzfeed.com/skarlan/13-reasons-rain-dove-is-the-androgynous-model-of-your-dreams?utm_term=.qpVQ5lbJ5#.bn0KNGRvN Acesso em: 12/07/2017.

Desta forma, conforme ia interagindo-me de seus aspectos corporais, de seus trabalhos e de suas histórias, alguns questionamentos de ordem acadêmica foram aparecendo, justamente pelo fato de eu já ter trabalhado dentro de uma agência de modelos, de entender alguns processos e de conhecer os desafios que envolvem achar o modelo ideal para determinada campanha.

A partir disso, me propus a realizar essa pesquisa com o seguinte problema: **Como a androginia da/o modelo Rain Dove tem sido construída pela agência Major Model NY na estruturação do seu *composite* e como Rain Dove se configura enquanto modelo de perfil andrógino?**

Assim, o objetivo deste trabalho consiste em pesquisar como a agência Major Model NY constrói a androginia da/o modelo Rain Dove em seu *composite*, a partir das inter-relações de sentidos entre fotografia de moda e androginia, entendendo e identificando teoricamente essa androginia que se faz presente nas fotografias que integram o *composite* de Rain Dove.

Entendo que essa investigação é relevante para a comunicação por unir fotografia e androginia na perspectiva da moda. Ainda que para muitos a moda possa ser entendida como futilidade, diversos estudos têm sido realizados acerca desse assunto, considerando desde aspectos econômicos até aspectos artísticos. Na comunicação ele pode assumir importância como forma de expressão cultural, passando informações sobre o momento vivido. Por sua vez, a fotografia é bastante reconhecida como objeto da comunicação e os estudos de gênero têm se multiplicado na área nos últimos anos. Na via dos estudos de gênero a androginia torna-se uma temática significativa tanto por ser pouco abordada, quanto por tensionar os conceitos hegemônicos de gênero e o modo como ele é apresentado na moda.

Diante disso, o capítulo 2, intitulado *A fotografia: possíveis linguagens, funções e produções*, busca trazer conceitos acerca da fotografia da moda. Em seu início embasamos alguns aspectos históricos da fotografia, a partir de Kossoy (2012), para podermos evoluir em direção dos conceitos pertinentes a fotografia como um todo. Short (2013) nos ajuda a desenvolver a compreensão sobre o que consiste uma narrativa fotográfica, bem como as funções básicas da fotografia, nos apresentando a função o *uso comercial de realidades alteradas*. A fim de entendermos a relação dessa função com a fotografia de moda, desenvolvemos uma seção mostrando o passo-a-passo de uma produção fotográfica, contextualizando a realização de uma fotografia, desde o seu orçamento até sua pós-produção, apontando a importância do modelo em sua realização, utilizando os conceitos de César e Piovan (2013). Por último, tratamos da fotografia de moda em si, utilizando Cláudio Marra

(2008) para explicarmos sobre a experiência que o virtual da moda nos propõe, além de Machado (2015) e Dubois (1993) para contextualizarmos a importância da pose que os modelos desenvolvem na fotografia.

No capítulo 3, intitulado *O corpo na moda: seleções, normatizações e quebra de paradigmas*, buscamos contextualizar o trabalho que é feito pelas agências de modelo, desde a avaliação de um modelo quando ele entra na agência até a delimitação e entendimento do seu perfil. Para isso, utilizamos Palmeira (2013; 2018), Casablanco (2008), Martinez (2003; 2009) e Libardi (2004) para traçar esse caminho, explicando a estrutura de uma agência de modelos, enumerando seus profissionais, explicando seus trabalhos de avaliarem e direcionarem as modelos para os perfis específicos que o mercado da moda necessita, bem como listar os perfis e as fases da carreira dos modelos. Villaça (2011) e Siqueira (2014) auxiliaram a contextualizar o corpo padrão da moda e Tucherman (1999) ajudou a formular o que é considerado “o outro”, sendo identificado como um corpo *exótico* na moda, podendo ser considerado como possível perfil de alguns modelos. Singer (1990) forneceu bases para definir o que é androginia, que vem sendo utilizado como perfil de modelos por algumas agências. Butler (2017) colaborou com esse entendimento trazendo conceitos sobre identidade de gênero e performatividade, esse último sendo fixados com a ajuda de Salih (2012).

No entanto, é importante salientar que tanto o capítulo 2 quanto o capítulo 3 estão atravessados por meus relatos de experiências profissionais. Conforme descrito no início dessa introdução, esses relatos vêm das minhas experiências profissionais trabalhando como assistente de booker na agência SL Models de janeiro de 2009 a agosto de 2010 e como fotógrafa autônoma desde março de 2015 – que, além de desenvolver trabalhos autorais, também já trabalhei como assistente de fotógrafo para outros profissionais, inclusive em estúdio de fotografia publicitária. Essas experiências foram sistematizadas durante a escrita do trabalho, fazendo relações das teorias com as práticas, pois acredito que é importante trazer esses dados da rotina profissional que não estão registrados em livros e/ou artigos científicos revisados para dentro do trabalho acadêmico.

Após esse resgate teórico, no quarto capítulo, intitulado *Rain Dove e a Androginia: caminhos metodológicos*, delimitamos nosso *corpus* de análise após contextualizarmos o possível caminho que Rain Dove fez dentro da Major Model NY, formulando algumas hipóteses das atitudes da agência diante de seu perfil considerado *exótico*. Dessa forma, selecionamos sete fotografias presentes no *composite* de Rain Dove, utilizando como critério metodológico algumas regularidades presentes nessas imagens, e as analisamos utilizando

como teoria acionadora aspectos da semiótica, levando em consideração o que Barthes (1990) propõe acerca dos níveis de significação e sentido – tais como sentido denotado e conotado; sentido informativo, simbólico e obtuso.

Nas *Considerações finais*, respondo minha pergunta problema do trabalho, reunindo pontos identificados no capítulo de análise, articulando com a teoria levantada nos capítulos anteriores. Saliento aqui que esse estudo não se pretende ser definitivo acerca dos temas abordados, em especial sobre androginia. Espero que sua relevância seja levada em conta e que contribua para que mais pesquisadores se interesse pela articulação de fotografia de moda e gênero, ajudando na diversificação do tema na comunidade acadêmica.

2 A FOTOGRAFIA: POSSÍVEIS LINGUAGENS, FUNÇÕES E PRODUÇÕES

A fotografia foi uma das descobertas científicas ocorridas durante a Revolução Industrial. Surgiu durante todo o processo de transformação econômica, social e cultural juntamente com inúmeras invenções que influenciaram a história moderna, tendo tido um papel fundamental no contexto da informação e do conhecimento, além de tornar-se um instrumento utilizado em apoio à pesquisa nos vários campos da ciência e como expressão artística (KOSSOY, 2012).

A novidade, que se popularizou com o lançamento da primeira câmera da Kodak em 1888⁵, passou a fazer parte do cotidiano das pessoas com o decorrer do tempo. Informações culturais, que antes eram transmitidas através de costumes, monumentos, religiões, fatos sociais e políticos, passaram, aos poucos, a serem documentados pela fotografia – e mais tarde pelas filmadoras. Assim, os fotógrafos do passado tornaram-se requisitados para capturarem um pouco de tudo: paisagens rurais; paisagens urbanas, a arquitetura das cidades e suas obras de implementação de estradas e ferrovias; expedições de estudos científicos; conflitos armados; e, a principal demanda fotográfica que se conheceu desde a sua invenção até a segunda metade do século XIX, que são os retratos de estúdio (KOSSOY, 2012). Com esse crescimento da fotografia (e com o desenvolvimento e crescimento da indústria gráfica), "o homem passou a ter um conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram, até aquele momento, transmitidas unicamente pela tradição escrita, verbal e pictórica" (KOSSOY, 2012, p. 28). A percepção de mundo tornou-se mais familiar e mais detalhada, já que uma mesma imagem podia ser reproduzida e multiplicada, mudando o método de aprendizagem do real, facilitando o acesso das pessoas às diversas informações visuais dos costumes e fatos dos povos, permitindo que várias partes do mundo pudessem tornar-se conhecidas através dessa nova forma de representação. Assim, a fotografia nos possibilitou um autoconhecimento e recordação, uma expansão da criação artística e da documentação, seja de fatos ou de denúncias, já que sua condição técnica nos permite um registro considerado preciso (KOSSOY, 2012).

Atualmente, vivemos cercados de fotografias. Desde as mídias tradicionais até as redes sociais utilizam-nas para ilustrar notícias locais ou internacionais, registrar eventos e para nos vender algo. Assim, as fotografias podem ser usadas para dar forma às nossas lembranças, falando de nosso passado; compartilhar conceitos, crenças e ideologias; distorcer a realidade, utilizando-se inclusive de carga política, subjetivamente ou não, de forma responsável ou

⁵ A Kodak e a popularização da fotografia no século XIX e XX. Disponível em: <<http://www.albertodesampaio.com.br/a-kodak-e-a-popularizacao-da-fotografia-no-seculo-xix-e-xx/>>. Acesso em: 13/10/2017.

irresponsável. A fotografia pode ser o reflexo de crenças, ideias e da dignidade de um grupo (SHORT, 2013).

No entanto, o modo como iremos interpretar todas essas histórias, lembranças e ideias que a fotografia pretende nos passar, pode ser diretamente condicionado pela forma com que são transmitidas e seus contextos. Na fotografia, para gerar sentido, coerência e até um senso de ritmo visual ao contarmos histórias, são usadas técnicas de narrativas visuais para facilitar o entendimento de suas mensagens. Sendo assim, é importante entendermos o que são narrativas fotográficas e como elas interferem em nossas interpretações.

2.1 Narrativas fotográficas

Segundo Maria Short (2013, p. 6), narrativa "significa um relato falado ou escrito de eventos interligados, uma história que pode transmitir uma ideia". Ao utilizarmos a fotografia para contar histórias ou transmitir certos conceitos, podemos utilizar técnicas de narrativas no desenvolvimento do relato, prendendo a atenção do público e permitindo que ele se relacione ou se identifique com as histórias e seus propósitos (SHORT, 2013).

A mesma autora afirma que uma narrativa fotográfica pode conter uma única imagem ou ser composta por uma série delas. Quando utiliza apenas uma, a narrativa pode ser contada a partir da dinâmica e tensão presente nos e entre os elementos da fotografia, levando em consideração como aparecem, gerando questionamentos que levam o fotógrafo a refletir sobre o que ele quer transmitir. Quando a narrativa é composta por mais imagens, elas precisam de um fio condutor, que não necessariamente conta uma história, podendo simplesmente dar a entender o que aconteceu naquela cena ou dar pistas do que vai acontecer, sendo uma narração fictícia da pessoa, evento, lugar ou momento retratado. A narrativa não precisa seguir obrigatoriamente um sentido linear (início, meio fim), ela também pode ser cíclica ou fazer referências cruzadas umas às outras, que ficam mais claras quando as imagens são reunidas (SHORT, 2013).

Conforme Short (2013), as referências cruzadas são detalhes da imagem que configuram uma continuidade visual. Usar o mesmo tipo de iluminação, a mesma gama total de cores, mesmo formato de impressão, enquadramento, repetições de texturas, repetições de objetos e até representações com sentidos opostos podem gerar uma continuidade visual, facilitando a leitura, o entendimento e criando linhas entre as imagens. A autora salienta que mesmo na fotografia de estúdio é possível utilizar essas referências. Pensar a composição, a iluminação e a relação entre os temas capturados permite ao profissional a possibilidade de desenvolver

narrativas em suas imagens, ajudando na transmissão de seu conceito. Isso fica claro no nosso *corpus*, já que um dos três blocos de fotografias analisadas foram produzidas em estúdio e se utilizam da linguagem de continuidade visual, bem como o emprego do mesmo esquema de iluminação.

Outro aspecto importante a ser abordado para o entendimento de uma fotografia são as funções que lhe são atribuídas em nossa sociedade atual, pois reconhecê-las colabora para nosso entendimento acerca de alguns elementos que se farão presentes em nossa análise. Sendo assim, iremos desenvolvê-las na seção a seguir.

2.2 As funções básicas da fotografia

Desde sua invenção, a fotografia sempre foi indagada a ser a portadora da verdade absoluta sobre a realidade. Philippe Dubois afirma que "existe uma espécie de consenso [...] que o verdadeiro documento fotográfico 'presta contas do mundo com fidelidade'" (DUBOIS, 1993, p. 25). Para Boris Kossoy isto se dá graças à sua natureza testemunhal, ou seja, "sua condição técnica de registro preciso do aparente e das aparências" (KOSSOY, 2012, p. 29). Dubois chama isso de *automatismo de sua gênese técnica*, que nada mais é do que a consciência de que o fotograma possui esse processo mecânico de produção imagética, sendo percebida como uma prova do acontecido, "necessária e suficiente, que atesta indubitavelmente a existência daquilo que mostra" (DUBOIS, 1993, p. 25).

Maria Short (2013) diz que a fotografia descreve literalmente a aparência do objeto capturado, mas lembra que ela "também pode ser construída ou manipulada de maneira subjetiva, conceitual e técnica para apresentar um ponto de vista ou ideia particular" (SHORT, 2013, p. 10), com o que Arlindo Machado (2015) concorda. Embora o autor admita que não se possa negar a existência do objeto retratado, ele afirma que

a realidade não é essa coisa que nos é dada pronta e predestinada, impressa de forma imutável nos objetos do mundo: é uma verdade que *advém* e, como tal, precisa ser instituída, analisada e produzida. Nós seríamos incapazes de registrar uma realidade se não pudéssemos ao mesmo tempo criá-la, destruí-la, deformá-la, modificá-la: a ação humana é ativa e por isso as nossas representações tomam a forma ao mesmo tempo de reflexo e refração. A fotografia, portanto, não pode ser o registro puro e simples de uma imanência do objeto: como produto humano, ela cria também com esses dados luminosos uma realidade que não existe fora dela, nem antes dela, mas precisamente nela (MACHADO, 2015, p. 48).

Ou seja: não é viável considerar que a fotografia seja essa verdade absoluta, já que é impossível gerar uma imagem sem que ela seja minimamente editada, seja através do enquadramento utilizado no momento da captura (tornando a fotografia uma parte do acontecimento, e não o acontecido em si), seja através de pós-produção. Isso quer dizer que a

fotografia, por mais que se tenha a intenção de representar o real, de alguma forma sempre sofrerá intervenção, seja por meio do equipamento utilizado, seja do fotógrafo que o opera, podendo chegar ao ponto de "mentir" sobre essa realidade, dependendo de sua função.

Short (2013) afirma que as diferentes funções fotográficas possuem o seu “nível de verdade”, sempre levando em consideração a abordagem do fotógrafo, sua produção, seus objetivos, conceitos e interpretações a respeito do objeto e/ou cena fotografados, sendo assim a fotografia um produto final resultante da ação do homem, que levou todos esses itens em consideração na hora da captura da imagem (KOSSOY, 2012). Para Short (2013, p.12), a fotografia

pode distorcer a realidade em função: da intenção do fotógrafo ou da pauta: apresentação do momento, pessoa, lugar, evento ou ideia de uma determinada forma; da perspectiva literal do fotógrafo: inclusão/exclusão de fatores relevantes, composição e senso de ocasião; da intenção do sujeito: desejo de aparecer de uma determinada forma, pela composição de sua expressão e gestos; da abordagem técnica: o formato, a localização e a apresentação da imagem; do valor que o público atribui à fotografia: informativo, intelectual, científico, afetivo e físico.

A partir disso, é importante falarmos de algumas funções básicas atribuídas pela autora e que podem ser delegadas à fotografia, a fim de entendermos seus níveis de verdade e possíveis representações do real. A primeira delas é *a descrição literal das aparências*. A autora lembra que existem fotos que têm como função única e exclusiva retratar fielmente uma pessoa, um lugar ou um objeto. É o caso dos retratos utilizados em documentos, como passaportes, carteiras de identidade e de habilitação. Machado (2015) também se refere a essa função e, inclusive, cita um paradoxo: já que "somos oficialmente identificados pela imagem que a câmera fotográfica nos dá de nós mesmos [...], um indivíduo que não se parecer com sua foto comete hoje contrafação criminosa" (MACHADO, 2015, p.40). Isso tudo para deixar claro que, nesse caso, é necessário que a imagem seja semelhante ao seu referente. Fotografias de produtos, imagens de diagnósticos feitas a partir de raios x, ressonâncias e ecografias, e fotografias periciais e de cenas de crimes também são alguns exemplos dessa função. Nesses casos, ainda dependem do rigor técnico do profissional para chegar-se ao resultado final esperado, já que o que se espera dessas imagens é que elas tenham uma grande qualidade, reproduzindo o mais fielmente possível o tema original, com o máximo possível de detalhes (SHORT, 2013).

A segunda função básica que Short (2013) enumera é a de *ir além do registro das aparências*. O ato de guardarmos fotografias que nos ajudam a recordar de pessoas ou a reconstruir determinada cena é o melhor exemplo para essa função básica que a fotografia pode ter. Ao procuramos evidências de registros de traços do temperamento de indivíduos ou das circunstâncias fotografadas estamos fazendo um exercício de manter vivas nossas lembranças.

Essas fotografias ajudam a confirmar ou criar nossa identidade pessoal, reforçando nossa existência enquanto *ser*. Pensarmos a respeito das narrativas que podem atravessar o momento decisivo⁶ apenas confirmam que o contexto é importante para a interpretação da imagem (SHORT, 2013).

A terceira função que a fotografia pode assumir é a de *contar histórias*. Seja verdadeira ou ficcional, uma história pode ser contada a partir de imagens, que acabam por assumir diversas leituras em função de como são narradas. Essas narrativas são geralmente utilizadas no fotojornalismo e na fotografia documental, tipos de fotografias que levantam costumeiramente discussões complexas acerca de suas noções de verdade e autenticidade. É importante salientar que apenas uma imagem não se basta para ser classificada como documental ou fotojornalística: é sempre importante levar em consideração o contexto, as práticas e as formas institucionais em que a imagem está inserida para seu melhor entendimento (SHORT, 2013).

A quarta função básica que Short destaca é a da *fotografia como crítica social* e acaba tendo relação com a função anterior. Geralmente associamos fotojornalismo com imagens ilustrando eventos ou textos de uma notícia, ou seja, que podem "se referir a uma narrativa fotográfica com uma intenção determinada" (SHORT, 2013, p. 14). Ainda que já tenhamos deixado claro que a fotografia não é uma representação definitiva da realidade, ela pode ser considerada um caminho para que o fotógrafo transmita seu sentimento a respeito do lugar, do evento ou da pessoa retratada. Nesse caso, fotografias documentais com cunho social podem transmitir essas experiências visuais, compartilhando um entendimento que pode ir além de palavras, mesmo que tenham sido moldadas pela visão do fotógrafo, já que esse tipo de abordagem necessita do envolvimento do mesmo perante o assunto, mantendo uma relação de responsabilidade em relação ao tema e ao público envolvido, bem como com as questões éticas que permeiam a fotografia (SHORT, 2013).

A quinta função básica é a de *realidades alteradas*. A autora deixa claro que há tipos de fotografias que são exclusivamente construídas para transmitir uma ideia ou um conceito acerca de uma realidade. Essa representação ou descontextualização é conseguida através de um cenário produzido ou da manipulação da imagem na câmera ou na pós-produção. Independentemente de seu uso final, seja como uma peça publicitária ou como uma obra em uma galeria, a fotografia construída tem como ponto central seu conceito e ideia, e acaba por

⁶ Para Cartier-Bresson, o *momento decisivo* nada mais é que "um certo senso de oportunidade de que são dotados alguns fotógrafos mais perspicazes e que consiste em apertar o botão do obturador no instante mais adequado, naquele em que o motivo encontra-se mais carregado de significado" (MACHADO, 2015, p. 53).

envolver seu público alvo, causando possíveis distorções e desafiando-o a sair de sua zona de conforto acerca de suas noções de realidade e verdade. Quando esse tipo de fotografia construída tem foco no uso comercial, a ela acaba sendo atribuída uma nova função: a de *uso comercial de realidades alteradas*. Muitas empresas e marcas utilizam essas distorções para reforçarem seus próprios conceitos e ideais, construindo uma atmosfera que reforça ao consumidor a necessidade de *comprar* um determinado estilo de vida.

Do ponto de vista do fotógrafo, o principal objetivo do briefing publicitário é trabalhar para criar e evocar no espectador o espírito desse estilo de vida. Em algumas circunstâncias, o fotógrafo se preocupa em criar uma encenação, uma ampliação ou distorção da verdade para aludir a algo além do produto em si. Em outras circunstâncias, encenação e distorção não estão tanto nas fotografias, mas no contexto em que elas são usadas e exibidas (SHORT, 2013, p. 18).

A função básica por meio do *uso comercial de realidades alteradas* é em grande parte atribuída à fotografia publicitária e à fotografia de moda. Grande parte da população ainda hoje não imagina que uma simples fotografia de produto possui todo um preparo de sua produção; é preciso que haja uma transfiguração do referente para que ela se torne mais atrativa e mais irresistível, o que acaba por modificar a realidade (do produto) em função da sua verossimilhança idealizada (MACHADO, 2015) (figura 1).

Figura 1 - Frame do vídeo viral How they do a Mc Donald's photo shot



Fonte: Youtube⁷

Um bom exemplo para isso é a fotografia publicitária de alimentos, em que grande parte dos produtos que estampam as embalagens são reconstruídos (pêssegos são maquiados com pó-de-arroz e maçãs com blush; legumes têm suas cascas trabalhadas com resinas e são lustrados

⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mIEhDSWXeF4>>. Acesso em: 05/10/2018.

com vaselina; frangos assados cobertos com calda de açúcar para ficarem com aspecto dourado) ou simplesmente não são o que realmente parecem ser (barras de chocolate moldadas em massa envernizadas; sorvetes fabricados em silicone). Por isso, há uma grande frustração por parte do consumidor quando ao preparar seu prato depara-se com um produto aquém do idealizado na embalagem, pois as imagens que as estampam foram produzidas por fotógrafos especializados e não por chefs de cozinha (MACHADO, 2015).

O mesmo ocorre na fotografia de moda, onde suas imagens são carregadas de pré e pós-produção, muitas vezes deixando a/o modelo completamente diferente do seu visual verdadeiro, ressignificando seu corpo em prol do conceito da marca. Assim, para entendermos esses processos de pré e pós-produção que ocorrem numa fotografia de uso comercial - em especial, a fotografia de moda - precisamos entender como funciona uma produção fotográfica.

2.3 A produção fotográfica de moda

Como já mencionado, grande parte das fotografias de uso comercial consistem em fotografias publicitárias e de moda. Segundo César e Piovan (2013), a fotografia publicitária tem como objetivo vender um produto ou serviço, sem ter compromisso com o registro da verdade e dos fatos, podendo ser desde uma simples foto de um produto em fundo branco para o desenvolvimento de sua embalagem até fotos de carros em grandes estúdios, passando por fotos de pessoas, centros comerciais e industriais, ou seja, tudo aquilo que o cliente solicitar. Já a fotografia de moda, segundo os mesmos autores, é feita para a divulgação de peças de vestuários e acessórios: fotografias de desfiles, fotos para catálogos e *lookbooks*⁸, editoriais de revistas e anúncios de novas coleções - esse último, mesmo sendo pensado como publicidade, é considerado fotografia de moda. No entanto, para este trabalho, nos interessa saber como funciona a produção fotográfica de moda, focando na realização de fotos para catálogos, *lookbooks*, editoriais e anúncios.

A solicitação de trabalho para a realização de fotografias de moda pode chegar no fotógrafo de duas maneiras distintas: diretamente do cliente (que pode ser um estilista, uma empresa de confecções de roupas ou de calçados, um lojista) ou intermediada por uma agência de publicidade ou comunicação (que tem o contato feito pelo atendimento da agência ou pelo produtor, dependendo da configuração de organograma da agência). Independentemente de

⁸ Lookbooks são os materiais produzidos pela marca a fim de divulgar as peças da coleção de determinada temporada. Essas imagens costumam ter fundo neutro e pouco efeito de luz, pois é preciso estar visível o tipo de material, cor, detalhe, dentre outros. Disponível em: <<http://glossario.usefashion.com/Verbetes.aspx?IdIndice=12&IdVerbete=693>>. Acesso em: 13/07/2017.

quem faz esse primeiro contato, a produção fotográfica começa pelo briefing (CÉSAR; PIOVAN, 2013).

Para os autores, o briefing nada mais é que as instruções passadas para o fotógrafo para a realização da fotografia. O ideal é que se faça uma reunião entre o fotógrafo e o cliente e/ou agência a fim de definir o que será e como será fotografado; no entanto, o mais comum é o contato ser feito por e-mail ou telefone, passando as informações necessárias para que o fotógrafo realize um orçamento. Em alguns casos é enviada junto à solicitação uma imagem de exemplo do que se espera como resultado final, chamado de *layout*, sendo a partir dele que o fotógrafo mensura os custos da produção. É nesse contato também que se define o tipo de locação para a realização da fotografia (externa, interna em estúdio ou cenário), produção de objetos (itens para compor um cenário produzido), produção de moda (roupas, calçados e acessórios que a/o(s) modelo(s) irá(ão) usar, bem como a necessidade de um cabeleireiro e maquiador) e o tipo de modelo a ser contratado (modelo com perfil *fashion* ou perfil comercial; *dublê de corpo*; *new face* ou *top model*⁹). É nessa etapa também que é definido o prazo de produção e entrega do material, a veiculação das fotografias (catálogo, anúncio, editorial, etc.) e o formato de entrega (em alta resolução, via mídia física ou através de link para download), já que todos esses itens possuem um custo e podem "encarecer" ou "baratear" a produção. Depois do briefing ajustado e combinado, realiza-se o orçamento.

O orçamento é feito a partir do briefing realizado com o cliente e/ou agência. No entanto, vale salientar que há duas maneiras de solicitação de orçamento feitas pelo cliente e/ou agência: a solicitação feita através do briefing, na qual, após todos os ajustes, os fotógrafos contratados passam o valor a ser cobrado pelos seus serviços prestados e o cliente e/ou agência escolhe o de menor valor e/ou o profissional que possui melhor relacionamento com a agência; ou a solicitação feita com uma verba já fixada, onde o fotógrafo adéqua a produção fotográfica ao orçamento pré-estabelecido (CÉSAR; PIOVAN, 2013). No mercado fotográfico é comum as agências solicitarem orçamento por e-mail para diversos fotógrafos com as informações básicas apenas para terem uma média de custos para repassarem ao cliente. No final do processo, acabam assinando o contrato com um fotógrafo que já trabalhou com a agência anteriormente, utilizando-se de um orçamento com valor já fixado com o cliente, em que o fotógrafo irá adequar o serviço que irá prestar¹⁰. Após a aprovação do orçamento e a contratação do fotógrafo, inicia-se a produção efetiva das fotografias.

⁹ Os tipos de perfis de modelos serão abordados no próximo capítulo.

¹⁰ Relato de experiência.

Nesse momento, a produção se refere à composição da fotografia final, desde a definição de locação, seleção de objetos para montagem de cenário e seleção de roupas e acessórios que serão utilizados pelas (os) modelos, até a preparação de alimentos para a equipe. Todos esses detalhes podem ser pensados e executados apenas pelo fotógrafo e seu assistente, mas é importante lembrar que para cada etapa da produção há profissionais específicos no mercado: o produtor de locação, para caso a fotografia seja realizada fora do estúdio, será o responsável por pesquisar e entrar em contato com responsáveis por lugares a fim de alugar e pedir autorização para uso do ambiente; o produtor de elenco, que é o profissional responsável por solicitar *casting*¹¹ para as agências de modelos e ajudar o fotógrafo, o cliente e/ou agência a fazerem a seleção deles; o produtor de objetos, que é responsável pela locação e seleção de objetos que irão compor o cenário da fotografia; o produtor de moda, que é responsável por selecionar as roupas e acessórios que as (os) modelos irão utilizar na fotografia (no caso de o cliente ser uma marca de vestuário, o produtor de moda é o responsável por fazer a melhor combinação de *looks* para tornar a coleção atraente); o produtor de alimentos, que é responsável pelo preparo das refeições da equipe que estará trabalhando na produção ou, caso a fotografia seja gastronômica, ser o *foodstyling*¹² da produção; e demais possíveis fornecedores, como pintores, marceneiros, cenógrafos (CÉSAR; PIOVAN, 2013). O ideal é ter cada um desses profissionais responsáveis por cada etapa da produção, mas, em muitos casos, em função da verba limitada, é o próprio fotógrafo que define a locação, faz a produção de objetos, solicita o *casting* para a agência de modelos e preocupa-se com a alimentação da equipe no dia do trabalho, tendo o auxílio de um assistente de fotografia¹³.

No entanto, uma etapa da produção de fotografia de moda que é importante salientar é a solicitação de *casting* para a agência de modelos. Como já dito, essa solicitação pode ser feita para a agência de modelos através de um produtor de elenco ou pelo próprio fotógrafo. Para fazer a solicitação, além de já ter definido o perfil de modelo, é importante saber quais os materiais e mídias e por quanto tempo a imagem será veiculada e qual o segmento do cliente, pois essas informações interferem no valor do cachê das(os) modelos (CÉSAR; PIOVAN,

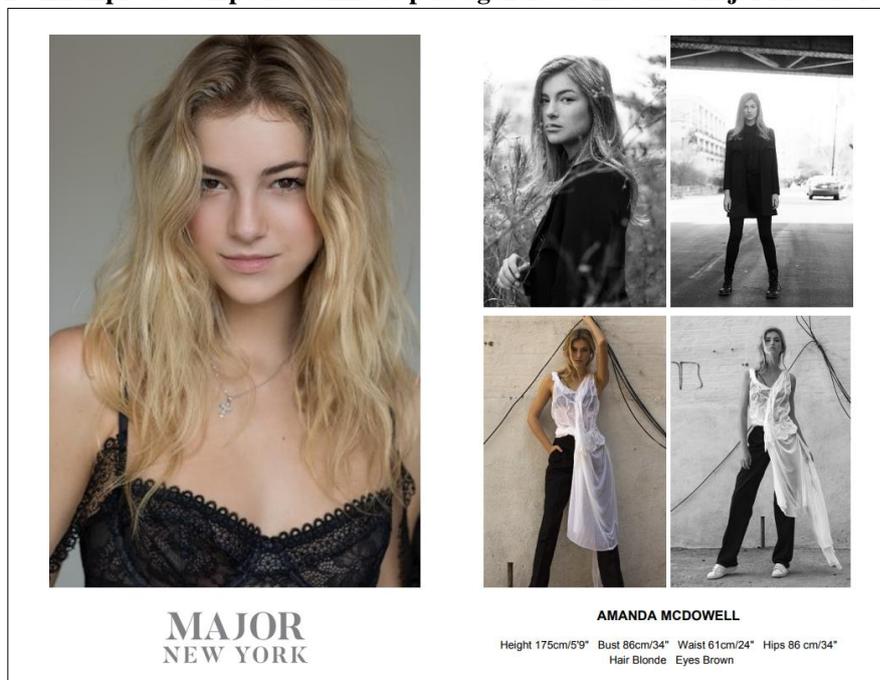
¹¹ *Casting* é o processo de seleção de modelos, atores ou cantores para trabalhos nos mais diversos tipos de mídia. Disponível em: <<http://glossario.usefashion.com/Verbetes.aspx?IdIndice=3&IdVerbete=521>>. Acesso em: 12/07/2017.

¹² *Foodstyling* é a arte de tornar um alimento visualmente atraente com o fim de se gerar uma imagem fotográfica ou uma cena de vídeo. É preciso transmitir da melhor forma, por meio de uma imagem, o seu sabor e textura. Disponível em: <<http://www.fotografiadecomida.com.br/o-que-e-food-styling/>>. Acesso em: 10/03/2018.

¹³ Relato de experiência.

2013). Com isso definido, a solicitação é enviada ao *booker*¹⁴ da agência de modelos, que seleciona as (os) modelos disponíveis para o segmento, dentro do perfil solicitado e que se enquadram na faixa de cachê, e envia para o fotógrafo os seus *composites*¹⁵(figura 2).

Figura 2 - Exemplo de composite utilizado pela agência de modelos Major Models New York



Fonte: Major Model NY¹⁶

A partir desse material, o produtor de elenco e/ou o fotógrafo, juntamente com o cliente e/ou a agência, escolhem alguns modelos e realizam um *casting* presencial com teste fotográfico, a fim de conhecê-las melhor, quase como uma entrevista (figura 3). Há trabalhos em que a modelo é selecionada e aprovada apenas pelo material enviado, o que é chamado de aprovação por foto. Geralmente isso acontece quando a/o modelo já é conhecido no mercado¹⁷.

¹⁴ Booker é o profissional intermediário entre o modelo e o cliente. Precisa ter aptidão para escolher modelos adequados para determinados trabalhos, tendo composites dispostos pela sala de todos os modelos da agência. Além de marcar castings, ele é o responsável para combinar os cachês. Estão presentes nas agências ou trabalham exclusivamente para determinados manequins. Disponível em: <<http://glossario.usefashion.com/Verbetes.aspx?IdIndice=2&IdVerbete=599>>. Acesso em: 12/07/2017.

¹⁵ Composite é um cartão impresso (geralmente nas medidas 15x20cm ou 20x25cm) ou um arquivo pdf com algumas fotos de rosto e de corpo inteiro dos modelos. Inclui também o nome do modelo, suas medidas básicas (altura, busto, cintura, quadril, cor dos olhos, cor dos cabelos, manequim e tamanho de calce) e informações de contato da agência. Cada agência possui seu *compositepadão*. Disponível em: <<http://glossario.usefashion.com/Verbetes.aspx?IdIndice=3&IdVerbete=519>>. Acesso em: 13/07/2017.

¹⁶ Disponível em: <http://www.majormodel.com/portfolio/mainboard/women/1261833/amanda-mcdowell>. Acesso em: 03/10/2018.

¹⁷ Relato de experiência.

Figura 3 - Modelos esperando sua vez em *casting*

Fonte: Modela com Ela¹⁸

Após todas essas etapas, marca-se o dia para a realização do ensaio fotográfico. No dia agendado, começa-se o trabalho pela preparação da locação em função da cena a ser retratada. Para isso, é importante observar o *layout*, refletir sobre a imagem a ser feita e revisar todas as instruções e recomendações passadas pelo cliente e/ou agência nas conversas de briefing e reuniões da equipe de produção. Enquanto o cenário é preparado e montado, a modelo passa pela produção de moda para ser maquiada e ter o cabelo arrumado, além de já vestir as roupas e acessórios (figura 4). Com o cenário pronto, o fotógrafo começa a pensar o tipo de iluminação a ser utilizada (se usará fresnel ou flash) e o tipo de acessório para chegar à intensidade de luz (uso de sombrinha, refletor colmeia, hazy-light) e a cor desejada (uso de filtros coloridos). Com a câmera posicionada, o fotógrafo define a objetiva (se uma grande angular, uma teleobjetiva ou uma objetiva considerada normal para o formato de sua câmera), levando em consideração o assunto a ser fotografado, se haverá desfoque de fundo, efeito de distorção, área de respiro na imagem e também o espaço disponível para recuo do fotógrafo na locação (CÉSAR; PIOVAN, 2013). Importante salientar que, durante o trabalho, o tipo de luz, de acessórios e de objetivas podem ser alterados conforme a necessidade do fotógrafo para se chegar ao resultado final esperado pelo cliente¹⁹ (figura 5).

¹⁸ Disponível em: <<https://modelacomela.com/2017/03/02/como-funciona-um-casting/>>. Acesso em: 02/10/2018.

¹⁹ Relato de experiência.

Figura 4 e 5 – Fotos de *making of* de editorial de moda

Fonte: Revista Donna²⁰

Com as fotografias feitas, a próxima etapa é a pós-produção, que compõe a seleção e a manipulação das imagens. A seleção das imagens ocorre com elas ainda brutas, sem nenhuma manipulação feita. O fotógrafo faz uma pré-seleção, excluindo fotos que podem estar sem foco, com a luz diferente do *layout*, entre outras coisas. Essa pré-seleção é passada para o cliente e/ou agência que fazem a seleção das fotos que serão manipuladas para chegar ao resultado final desejado. Como em todo esse processo estamos nos referindo a imagens digitais, essa etapa da pós-produção é feita no computador, utilizando programas específicos para manipulação de imagens (sendo os mais conhecidos e utilizados os programas da empresa Adobe, que são o Photoshop e o Lightroom)²¹. Segundo César e Piovan (2013), é possível acentuar ou mudar a cor da fotografia, área por área ou por inteira, em que determinada cor pode ser alterada por outra ou simplesmente de colorida se tornar preta e branca; fazer fusões entre mais de uma imagem, fotografando um objeto em fundo branco e mesclando-o em algum cenário ou fotografando vários objetos separados e uni-los numa imagem única, bem como utilizar diversas partes de um mesmo objeto ou pessoa de diversas maneiras e transformá-los numa imagem só; alterar o brilho e o contraste, seja da iluminação ou da saturação das cores; retirar ou acrescentar elementos, como retirar uma mancha ou um amassado da roupa ou adicionar uma estampa; mexer nas luzes e nas sombras, podendo acentuá-las ou tirá-las; ampliar ou reduzir a imagem; mudar o enquadramento; ajustar o foco ou desfocar a imagem,

²⁰ Disponível em: <<http://revistadonna.clicrbs.com.br/fotos/making-of-do-editorial-de-moda-anos-80/>>. Acesso em: 02/10/2018.

²¹ Relato de experiência.

principalmente em áreas específicas; corrigir rugas e manchas da pele, além de corrigir gorduras localizadas dos modelos; aumentar ou diminuir partes do corpo, como olhos e peitos, bem como alongar braços e pernas; mudar a perspectiva; usar filtros, dando efeitos às imagens; incluir textos; alterar a resolução; ou seja, as possibilidades são infinitas quando se trata de manipulação de imagem (figura 6). Com a pós-produção finalizada e o resultado final aprovado pelo cliente, a fotografia está pronta para ser veiculada.

Figura 6 - Frames do vídeo viral Body Evolution



Fonte: Youtube²²

2.4 A fotografia de moda

Após entendermos como é feita uma produção de fotografia de moda, fica mais fácil absorver as ideias de Maria Short (2013) acerca do *uso comercial de realidades alteradas* como função básica atrelada à fotografia. Quando atribuímos essa função à fotografia de moda, ela acaba por se abster do compromisso com a verdade, deixando-se livre para representar e transmitir ideias e conceitos, já que para se chegar a esses resultados é possível fazer uso de uma realidade alterada a partir da produção da fotografia, modificando assim a possível experiência que podemos ter ao vislumbrar um editorial de moda, por exemplo.

Ainda que para César e Piovan (2013) a fotografia de moda seja feita para a divulgação de peças de vestuários e acessórios, Marra (2008) a entende como uma transposição física da roupa, um evento da roupa vestida, e não apenas uma simples documentação de peças, ao ponto de declarar que "mais do que uma fotografia de moda, devemos começar a pensar que existe uma moda da fotografia, isto é, que existe um mundo paralelo, que virtualmente repropõe a experiência da roupa vestida" (MARRA, 2008, p. 32).

Para Marra (2008), a experiência que o virtual da fotografia nos propõe equipara-se às experiências que temos ao utilizar sistemas de simulação, como o que ocorre em jogos de videogame. Quando interagimos com esses sistemas, não nos atemos apenas a ficar olhando, acabamos utilizando todo nosso sistema sensorial a fim de termos uma melhor experiência

²² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xKQdwjGiF-s>>. Acesso em: 05/10/2018.

desse ambiente virtual. O mesmo ocorre quando estamos diante de uma fotografia: é “como se” experimentássemos o evento fotografado, estimulando não só nosso sentido visual, mas também propondo uma experiência sensorial semelhante aos simuladores virtuais. Sabemos que ambos não se tratam da realidade propriamente dita, mas sim de um mundo artificial e construído. No caso da fotografia, “um artefato, um sistema de signos construídos sobre códigos precisos” (MARRA, 2008, p. 37).

Nas palavras de Proust (apud MARRA, 2008, p. 38), a experiência “virtual oferecida pela fotografia, que aparece não como uma experiência completamente oposta, ou, de qualquer forma, diferente em relação àquela praticável no real físico, mas como um prolongamento dessa experiência”. Assim, o virtual da fotografia não substitui o real, ele transforma-se numa forma de percepção e interpretação do real (MARRA, 2018), ou como Dubois articula, “um instrumento de transposição, de análise, de interpretação e até de transformação do real” (DUBOIS, 1993, p. 26), sendo considerada completamente codificada “sob todos os tipos de ponto de vista: técnico, cultural, sociológico, estético etc.” (DUBOIS, 1993, p. 37) ²³.

Justamente por ser codificada a fotografia acaba por ter suas mensagens traduzidas a partir de elementos culturais pré-determinados, necessitando, por parte de seu receptor, o aprendizado dos códigos para uma leitura efetiva. Isso reflete a maneira que o ser irá interagir frente à fotografia de moda, já que nem todos possuem a mesma bagagem cultural. Dessa forma, quando pensamos nas experiências que um editorial de moda pode transmitir a quem o observa, fica claro entender que às vezes alguns significados são evidentes de imediato para alguns e para outros não.

Um código importante que acaba por ser aliado nessa experiência virtual que a fotografia de moda propõe (MARRA, 2008) é a pose. Para Machado (2015, p. 62), “a pose é uma tentativa de fixar a eternidade nesse instante fugaz em que o obturador dá a sua piscadela”. Para o autor, ninguém gosta de ser fotografado espontaneamente, pois o resultado fotográfico acaba sendo diferente do que idealizamos de nós mesmos. Assim, a pose acaba sendo uma “vingança” do ser fotografado: se é inevitável que sejamos retratados, então que capturem uma *ficção* de nós mesmos.

Diana Arbus se utilizava da pose de seus modelos para alcançar suas realidades intrínsecas. Ela costumava retratar “freaks”, pessoas consideradas diferentes e a margem da

²³A graduanda conhece as diversas posições defendidas pelos críticos e teóricos da fotografia que Dubois articula em seu livro “O ato fotográfico”. No entanto, para esse trabalho, fez-se pertinente utilizar o ponto de vista no qual defende *a fotografia como transformação do real*.

sociedade, como nudistas, prostitutas e travestis, nos mais diferentes cenários²⁴. Ao pedir para que posassem, numa tentativa de melhorarem sua aparência, ela entendia que seus modelos acabavam por deixar evidente a sua verdadeira personalidade, seu verdadeiro eu. "É por meio da imagem 'plástica' que querem dar de si mesmas e que a artista as leva a produzir que se revela a 'verdade', a autenticidade das personagens de Arbus. Eis o deslocamento: a interiorização do realismo pela transcendência do próprio código" (DUBOIS, 1993, p. 43).

Assim, a pose acaba sendo aliada da experiência virtual frente à fotografia de moda, esse evento que é vestir roupa, pois a/o modelo profissional acaba por entregar essa *ficção*, já que, por serem

treinados especialmente para serem fotografados, isto é, capazes de se movimentar ou de se deslocar no espaço com tal eloquência, que em qualquer momento ou sob qualquer ângulo que a câmera os fixasse, eles dariam uma imagem sempre idealizada e helênica, mas nunca a postura elástica e desairosa de quem é surpreendido em flagrante (MACHADO, 2015, p.63).

Ainda segundo Marra (2008), isso é possível porque na moda a fotografia permite que o corpo comum saia de cena e que se crie uma construção de um novo personagem, completamente livre e fantasioso, sendo capaz de permitir ao corpo que encarne a roupa vestida e a interprete da melhor maneira possível, apresentando a mensagem como deseja que seja o nível de identificação com o ideal e conceito da marca. É característica da fotografia "produzir ficção e representação com base no princípio da credibilidade, da indicialidade, que a cultura lhe reconhece" (MARRA, 2008, p. 46). É importante considerar que essa *ficção* não está presente apenas na fotografia, mas também em outros suportes culturais, como o cinema e o teatro. O diferencial da fotografia é ser estática, possibilitando a quem a esteja observando ler sua mensagem e interpretar conforme seu repertório. O fato de ela possuir diversos códigos colabora para que se tenha uma interpretação aberta e não definitiva de sua narrativa.

A partir disso, faz sentido informar que nosso *corpus* é composto de fotografias de moda resultantes de trabalhos feitos por um/a modelo profissional e que, por estarem inseridas no contexto do *uso comercial de realidades alteradas*, possibilitam a construção de um personagem a partir dos códigos atribuídos ao seu corpo andrógino. Dessa forma, torna-se possível a construção de um *composite* coerente com o perfil que sua agência lhe deseja conferir.

²⁴ Os Melhores dos Melhores: Diane Arbus. Disponível em: <<https://www.lomography.com.br/magazine/170769-best-of-the-best-diane-arbus>>. Acesso em: 20/03/2018.

3 O CORPO NA MODA: SELEÇÕES, NORMATIZAÇÕES E QUEBRA DE PARADIGMAS

Como descrito no capítulo anterior, a fotografia de moda possui diversas etapas em sua produção. Seleção de modelos, definição de locação, seleção de objetos para montagem de cenário, seleção de roupas e acessórios que serão utilizados pelos modelos, preparação de alimentos para a equipe são alguns dos processos que envolvem a produção fotográfica. No entanto, de nada adianta ter uma ótima equipe e produção se um item nessa lista não estiver alinhado com o conceito da fotografia: a/o modelo.

Segundo Claudio Marra (2008), quando o criador de moda propõe um conceito, propõe, antes de tudo, uma tipologia ideal de modelo, diferente dos disponíveis. O que se espera é que essa/e modelo selecionada/o seja capaz de interpretar tal conceito proposto pelo criador de moda, já que seu corpo pode ser entendido como um “suporte dos imaginários de uma sociedade, de seus mitos e de suas narrativas” (SIQUEIRA, 2014, p. 22).

Para se chegar a esses resultados, há todo um trabalho feito pelas agências de modelos.

3.1 A agência de modelos

A agência de modelos nada mais é que uma empresa responsável por orientar, supervisionar, organizar e coordenar a agenda de trabalhos das/os modelos. É a agência que recebe o pedido de *casting* do cliente e seleciona as/os modelos com o perfil solicitado, verificando sua disponibilidade, negociando cachês e passando orientações sobre o trabalho (PALMEIRA, 2013), além de preparar e desenvolve-las/os conforme as exigências do mercado. Associados à agência trabalham vários profissionais. Externamente, trabalham os *scouters*²⁵; internamente, além dos diretores – que geralmente são os sócios da agência – trabalham os *bookers* e seus assistentes²⁶.

Os *scouters* são responsáveis por identificarem possíveis modelos e as/os levarem até a agência para avaliações de perfil, que são análises feitas pelos *bookers*, a fim de mensurarem a potencialidade de tal pessoa para os interesses de trabalhos da agência.

O *booker* é o responsável pelo intermédio cliente-modelo e, para John Casablancas (2008), é considerada a pessoa mais importante dentro da agência, pois é quem dá base ao trabalho da/o modelo, ajudando no seu desenvolvimento (figura 7). Isto se dá pela cumplicidade

²⁵ Scouter é a pessoa que procura e seleciona candidatos potenciais para se tornarem modelos. Trabalha e representa alguma agência de modelos específica. Disponível em: <<https://glossario.usefashion.com/Verbetes.aspx?IdIndice=19&PalavraChave=scouter&IdVerbete=525>>. Acesso em: 22/09/2018.

²⁶ Relato de experiência.

que se estabelece entre eles e pelo fato de as/os modelos confiarem e dependerem do *booker* (CASABLANCAS, 2008). “Ele é a pessoa que termina de lapidar a pedra e em alguns casos faz uma diferença enorme na carreira das modelos” (CASABLANCAS, 2008, p. 155).

Figura 7 – Área dos *bookers* na sede da Ford Models Brasil em 2013



Fonte: Costanza Who²⁷

Essa lapidação que Casablanca (2008) cita inicia desde o momento que a/o modelo é aprovada/o pela avaliação da agência e passa a integrar seu elenco. No entanto, é importante salientar que há alguns pontos a serem levados em consideração pela agência para a aprovação da/o modelo. O principal é o corpo. Para isso, é solicitado que a/o modelo pose para algumas fotos durante a avaliação, sem maquiagem, com roupas básicas e com trajes de banho. As principais imagens capturadas são de corpo inteiro e do rosto.

Assim que ingressa em uma agência, ela é avaliada de acordo com seu biótipo e traços físicos, idade, sexo, composição gestual e postural. Seu corpo é apropriado como um significante no qual poderão ser inscritas as marcas do consumo através da gama de estereótipos que ela poderá representar, seja em fotografias, desfiles ou no vídeo (MARTINEZ, 2009, p. 2).

Após a aprovação, classifica-se a/o modelo dentro dos perfis com os quais a agência trabalha, para então começar o trabalho de adequação de perfil, em que o/a modelo é produzido/a tal qual “os cânones de cada uma destas esferas” (MARTINEZ, 2009, p. 2). Em alguns casos a/o modelo fica à disposição do mercado, podendo sofrer uma “desapropriação do seu corpo”, modificando-o conforme a orientação dos *bookers*: um corte ou uma tonalização específica de cabelo, alguma intervenção cirúrgica e/ou estética, mudança de hábitos

²⁷ Disponível em: <<http://costanzawho.com.br/behind-the-scenes/agencia-de-modelos-ford-models/>>. Acesso em: 14/10/2018.

alimentares para redução de medidas (MARTINEZ, 2009). Essas modificações podem ser solicitadas para: a) reforçar algum dos estereótipos que a agência julga que a/o modelo possa se encaixar melhor; b) alterar o seu estereótipo para adaptação em algum trabalho específico²⁸.

Para Martinez (2009) o corpo da/o modelo até pode ser o ponto de partida de sua trajetória dentro da agência e do mercado, mas não é só isso que determina o rumo de sua carreira. É de responsabilidade da/o modelo aprender a se projetar, destacando-se e diferenciando-se dos seus inúmeros pares semelhantes, a fim de ser lembrado/a e escolhido/a pelo mercado. Isso requer um desenvolvimento de personalidade, com atitudes, *hobbies*, atividades cotidianas, modos de ser e sentir alinhados a características físicas e fragmentos biográficos (MARTINEZ, 2009).

3.2 Os/as modelos

Segundo Libardi (2004), as/os modelos são separadas/os entre perfis dentro da agência para uma melhor estratégia de venda, além da separação de gênero, entre feminino e masculino. A principal categorização se dá entre modelos *fashion* e modelos comerciais. As/os modelos *fashion* são reconhecidas/os por sua magreza e estaturas altas. São responsáveis por exibir a criatividade dos estilistas nos desfiles e editoriais de moda (figura 8). As exigências para se enquadrarem como modelo *fashion* seguem padrões rigorosos. Modelos mulheres desse perfil possuem medidas bem restritas, a maioria possui em torno de 89 cm de quadril, 60 cm de cintura e 90 cm de busto, distribuídos numa altura que pode variar em torno de 1,73 e 1,80 metros de altura. Referente ao peso, não há um padrão a ser seguido, pois é levado em consideração o biótipo e estrutura corporal da pessoa. Também segundo Libardi (2004), estilistas apontam que a razão para eles preferirem uma modelo com essas medidas para seu desfile é o fato de ela ficar bem em quase todos os tipos de roupas. Já modelos comerciais são as/os que fazem trabalhos fotográficos e audiovisuais, tanto em grandes campanhas quanto em anúncios. Possuem uma flexibilidade nas medidas corporais por justamente terem espaço em vários segmentos: podem ser desde o garoto propaganda de uma nova marca como um dublê de corpo para o anúncio de acessórios (LIBARDI, 2004). Modelos mulheres podem ter a partir de 1,68 m de altura e a possibilidade de apresentar um quadril de até 93 cm²⁹.

²⁸ Relato de experiência.

²⁹ Relato de experiência.

Figura 8 - Modelos *fashion* em passarela do São Paulo Fashion Week (SPFW)



Fonte: FFW³⁰

Ainda de acordo com Libardi (2004), uma segunda categorização se dá dentro da separação anterior, porém levando em consideração o estágio da carreira da/o modelo. São elas: modelos A, B e C; *special*, *top model* e celebridades. A classificação modelos A, B e C serve como parâmetro para uma faixa de cachê. Modelos C são os *new face*, que, como a tradução literal indica, são as caras novas do mercado. São aqueles/as modelos que ainda não trabalharam ou que possuem poucos trabalhos no seu currículo e que geralmente se submetem mais às alterações de estereótipos, a fim de conquistarem trabalhos e adquirirem experiência. Algumas agências também consideram *new face* modelos que estão trabalhando há pouco mais de seis meses ou um ano. Modelos B são os que ganham um cachê um pouco melhor. Deixam de ser C porque já realizaram um grande número de trabalhos. No entanto, há dois tipos de B: aquele/a que ascendeu rapidamente, fazendo vários trabalhos, destacou-se no mercado, mas ainda não tem preparo suficiente para ser A; e aquele/a que está há muito tempo no mercado, tem um bom *book*³¹, já fez bons trabalhos, mas não “desponta”. Modelos A são aqueles/as que o mercado já conhece, possuem um número relativamente grande de trabalhos no currículo e têm grande experiência. Geralmente fazem trabalhos internacionais, mas ainda não são *top*. Modelos *special* são modelos estabelecidos/as internacionalmente. Ganham cachês mais altos que de modelos A, com a possibilidade de negociação de valores. São modelos que trabalham muito e

³⁰ Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/models/noticias/afinal-o-que-e-e-quem-pode-ser-denominado-modelo/>>. Acesso em: 15/10/2018.

³¹ Book é o portfólio, um álbum com as melhores fotos do modelo, incluindo ensaios fotográficos e trabalhos realizados (campanhas, editoriais, desfiles, etc.). São colocados de seis a doze de 20 x 30 cm em média (LIBARDI, 2004, p. 426).

não necessariamente são reconhecidos pelo público leigo, embora já tenham seu nome bem divulgado. Modelos *top model*, como sugere o nome, são o topo da carreira. Exemplos de padrão estético da temporada, reúnem todas as exigências da profissão, desde “corpo perfeito” até equilíbrio emocional para viver longe dos familiares. Possuem grandes trabalhos no currículo, estampando grandes revistas e participando dos desfiles mais importantes da temporada. Por último, há as/os modelos celebridade, que são os *top model* reconhecidos pelos leigos do mundo da moda e exclusivos no mercado, também são conhecidos como supermodelos, megamodelos ou übermodelos (LIBARDI, 2004). São modelos que estão sempre trabalhando e dificilmente passam por seleção de trabalho, pois o cliente o solicita diretamente à agência por querer justamente vinculá-lo/a à sua marca³².

No segmento *fashion* ficam bem claros esses estágios, de modelos *new face* a *top model*. No segmento comercial, no entanto, são levadas em consideração outras variáveis. Uma delas é o valor de cachê, que tem relação com o produto a ser anunciado (anúncios de cerveja – como a Skol – possuem valores de cachê maiores do que anúncios de cosméticos – como O Boticário -, levando em consideração o protagonismo do modelos, por exemplo, ³³), tempo de veiculação e solicitação de exclusividade; outra é o fato do *new face* se destacar no *casting*. Na maioria das vezes opta-se por escolher a/o modelo com mais experiência para a realização do trabalho. No entanto, por isso não ser regra, pode acontecer de o produtor de elenco achar que a/o modelo que não tem tanta experiência tem o perfil para protagonizar o comercial, adquirindo um *status* maior do que de outras/os modelos que já trabalham há mais tempo.

É importante perceber que essas categorizações existem porque

o modelo é pensado em dois níveis relacionados e que também estão ligados às etapas do movimento social das mercadorias: um é enquanto ser presente e encarnado e outro é enquanto imagem subjacente a esta presença (virtualidade). Ao ter diante de si o modelo profissional enquanto ‘entidade encarnada’, os agentes imaginam as suas potencialidades de representação. O seu tipo físico e tudo aquilo que diz respeito à aparência são pensados como um porvir (MARTINEZ, 2003, p. 25).

Ou seja, para Martinez (2003), o processo está ligado diretamente aos possíveis “personagens” que as/os modelos possam vir a encarnar, materializando as imagens imaginadas. Isso nos faz pensar que o trabalho de modelo só existe porque esses “personagens” são passíveis de antecipação e produção. Assim,

a carreira do modelo profissional é definida somente a partir do momento em que este é pensado como simulacro - um modelo de perfeição estética que não existe. É a partir da quantificação do quão perfeito e do que ele pode se tornar enquanto imagem que ele efetivamente se torna modelo. (...) Além de seu potencial imagético, ele também

32 Relato de experiência.

33 Relato de experiência.

é um espelho de relações e símbolos sociais que são na realidade, estratégias de venda (MARTINEZ, 2003, p. 26).

Essas estratégias também envolvem a apropriação de cuidados, comportamentos e atitudes, além de elementos que possam fazer parte de uma narrativa pessoal que colabore para que a/o modelo tenha seu lugar de destaque no mercado, ou simplesmente ser uma pessoa de “atitude e personalidade” (MARTINEZ, 2003), para contrastarem em um mercado dominado por um padrão específico de corpo.

3.3 O corpo padrão na moda

Ao descrevermos os possíveis perfis que as/os modelos podem encarnar no mercado da moda, fica subentendido um padrão que precisa ser atendido pelas/os profissionais para que consigam se manter no mercado da moda. Segundo Palmeira (2018), faz parte das características da profissão de modelo essa valorização corporal e a construção de um padrão de beleza, já que esse é o seu principal passaporte para tornar-se profissional. Como já dito anteriormente, é o corpo que é primeiramente avaliado ao ingressar nesse ambiente, levando em consideração suas potencialidades para a passarela e/ou a fotografia (PALMEIRA, 2018).

No entanto, delimitar um corpo padrão dentro da moda pode ser de certa forma complexo, visto que ela é considerada um fenômeno social “que expressa o estado de uma sociedade, suas necessidades, seus desejos, medos, mitos e suas representações” (SIQUEIRA, 2014, p.23). Ela vai além da roupa, incluindo objetos de decoração, hábitos, canções e tudo aquilo que tem alguma relação com o corpo, que pode estar condizente com o sistema ou simplesmente recusá-lo (SIQUEIRA, 2014). A moda é um canalizador do que está acontecendo na sociedade, já que é bem próprio dela “apropriar-se indiferentemente tanto dos signos leves (moda, corpo, objetos), quanto dos pesados (políticos, morais, econômicos, científicos)” (VILLAÇA, 2011, p. 149). Assim, para podermos identificar esse corpo padrão, precisamos revisitar as décadas passadas para entendermos essa homogeneidade.

Em 1955, as revistas *Elle* e *Vogue* utilizavam-se de modelos brancas, jovens e esguias para ilustrar as coleções *prêt-à-porter* em suas páginas. Na mesma década, a revista *O Cruzeiro* traduzia as tendências internacionais da moda para as leitoras brasileiras, mostrando corpos de modelos manipulados para se encaixar nos vestidos estilo *new look*. Com a intenção de criar silhuetas curvilíneas, elas tinham suas cinturas bem finas e quadris e bustos marcados, sendo o manequim padrão o tamanho 44. Outras revistas que se destacam nessa época no Brasil eram *Jóia* (1957-1969), *Manequim* (1959) e *Claudia* (1961), que tinham a intenção de apresentar a moda que era fabricada no país, apesar de esta ser baseada em modelos europeus. Em suas

páginas, mulheres bem dispostas, joviais e bonitas eram retratadas com modelos brancas, com o corpo esguio, sem exuberância ou desproporções nas medidas e aparentando menos de 40 anos (VILLAÇA, 2011) (figura 9).

Figura 9 - Editorial da revista *Manequim* em 1959



Fonte: Costanza Who³⁴

Figura 10 - A modelo Twiggy nos anos 1960



Fonte: Galore Mag³⁵

O início da década de 1960 é marcado por pensamentos revolucionários que começam a refletir na cultura, mas ainda não no corpo das modelos. As mulheres retratadas em editoriais

³⁴Disponível em: <<http://costanzawho.com.br/historia-da-moda/manequim-primeira-revista-moda-brasil/>>. Acesso em: 29/10/2018.

³⁵ Disponível em: <<https://galoremag.com/supermodel-style-icon-based-zodiac-sign/>>. Acesso em: 15/10/2018.

de moda carregavam uma elegância rígida em suas posturas. Aparentavam ter de 25 a 30 anos, eram sempre fotografadas sozinhas e centralizadas no quadro, com os cabelos impecáveis, poucos sorrisos e com o olhar sempre para o horizonte, em poses estáticas e sem atitude. A partir de 1965 surge uma evolução nos editoriais em que as modelos começam a encarar mais a câmera e esboçam sorrisos espontâneos, com poses que dão a sensação de liberdade, em posições espaçosas. Elas continuam centralizadas, mas fotos possuem enquadramentos diferentes, como *closes* de seus rostos. O ideal de corpo é o magérrimo, com os quadris marcados – mas sem gordura –, seios altos e pequenos, pernas longas e cabelos curtos. Um símbolo claro dessa época é a modelo Twiggy (VILLAÇA, 2011) (figura 10).

Ainda nos anos 1960, a moda masculina foi influenciada pelo estilo dos Beatles, que usavam paletós sem colarinhos e cabelo com “franção”, e pelos *mods*, que usavam paletós cintados, gravatas largas e botinas. Em ambos os estilos a silhueta era mais ajustada – conhecida como *slim* – e a gola rulê ganhou destaque nos guarda-roupas masculinos. A moda unissex destacou-se com o uso das calças *jeans* e camisas, onde feminino e masculino se confundem. Homens de cabelos longos usando roupas justas abraçados a mulheres de cabelos curtos usando calças formavam pares, gerando um choque com o visual andrógino (figura 11). Butiques de vanguarda surgiam em grandes cidades, fazendo roupas para os jovens, com tamanhos entre 38 e 42, naturalizando uma moda que não se opunha ao masculino e feminino e fazendo referência a um estado neutro, de juventude (VILLAÇA, 2011).

Figura 11 - Páginas 56 e 57 do catálogo da loja de departamentos americana J.C. Penney, Natal de 1970



Fonte: Wish Book Web³⁶

³⁶ Disponível em: <http://www.wishbookweb.com/FB/1970_JCPenney_Christmas_Catalog/files/assets/basic-html/page-59.html>. Acesso em: 29/10/2018.

Na década de 1970, a faixa etária das modelos que estampam os editoriais diminui e elas passam a aparentar 20 anos. Suas poses são descontraídas, com sorrisos, expressões despreocupadas e que refletem um novo comportamento cheio de atitude. Além disso, um toque de sensualidade aparece em suas maquiagens, roupas justas e no olhar *sexy* e provocante para os *closes*. Na virada da década, a nova mulher é representada por alguém que passa a ocupar diversos espaços: é mulher, é mãe, é jovem, possui corpo malhado, bronzeado e magro, é bonita e inteligente, possui uma carreira profissional, é masculina e descontraída, ou seja, uma mulher moderna, uma *femme fatale*. Assim, nos anos 1980, surgem as *top model* com seus corpos perfeitos (VILLAÇA, 2011).

A década de 1990 é marcada por modelos cada vez mais jovens. As *top model* dos anos 1980, com seus cachês caros, passam a ser trocadas por modelos mais novas, já que a juventude vira uma obsessão. O corpo ideal é aquele em que a mulher possui braços e pernas finos, lembrando uma adolescente (VILLAÇA, 2011), atrelado a uma estética apática e deprimida, que valoriza um visual debilitado dos usuários de drogas, conhecido como *heroin chic*. Kate Moss, dona de um visual andrógino, magérrima e um pouco baixa para as passarelas, “era ao mesmo tempo antítese das supermodelos e algo novo” (HOLZMEISTER, 2010, p. 34) (figura 12).

Figura 12 - Kate Moss em 1990



Fonte: The English Group³⁷

³⁷ Foto de Corinne Day. Disponível em: <<http://www.theenglishgroup.co.uk/blog/2012/12/27/kate-moss-by-corinne-day/>>. Acesso em: 15/10/2018.

Em 1997, Bill Clinton (então presidente dos Estados Unidos) fez um pronunciamento contra a valorização dessa estética *heroin chic*, dizendo que “a glorificação da heroína não é criativa, é destrutiva. Isso não é bonito, é feio. Isso não é sobre arte, mas sobre vida e morte. E glorificar a morte não é bom para nenhuma sociedade”³⁸. Após o discurso, surgem movimentos contrários a essa aparência em diversos países. No final dos 1990 e início dos anos 2000, aproximadamente trinta estilistas se uniram em Londres, formando o grupo Designers Against Addiction, com o intuito de resgatar uma estética de corpo saudável, elegendo a modelo brasileira Gisele Bündchen como símbolo dessa busca (HOLZMEISTER, 2010) (figura 13). A partir disso, as modelos utilizadas em desfiles, editoriais de moda e campanhas passam a apresentar essa aparência mais “natural”, ainda que esses corpos continuem magérrimos e cada vez mais novos.

Figura 13 - Gisele Bündchen para o desfile Victoria's Secret Fashion Show, em 2000



Fonte: Super Model³⁹

Nos anos 2000, o corpo reflete a relação com os bens materiais e simbólicos. Villaça (2011) chama de “moda instalação” essa interatividade que o corpo assimila com as

³⁸ Fala retirada da reportagem Fashion's Bad Habit do jornal *The Baltimore Sun* publicado no site do The National Drug Strategy Network (www.ndsn.org) (HOLZMEISTER, 2010, p. 31-32).

³⁹ Disponível em: < <https://www.supermodel.pictures/victorias-secret-fashion-show/victorias-secret-fashion-show-2000-runway-gisele-bundchen/>>. Acesso em: 29/10/2018.

apropriações da moda, referente a espaços reais, recursos tecnológicos, identificação com o mundo da arte. O que importa é o fortalecimento da marca, independente da *performance*.

Com essa retomada histórica, o que fica claro é que “o corpo vira literalmente vítima da moda no agressivo trabalho realizado por fotógrafos e estilistas, sob os mais diversos pretextos” (VILLAÇA, 2011, p. 150). Evidencia-se a jovialidade, o temperamento dócil e disposto, atrelados a uma sensualidade medida, além da normatividade da pele clara e dos cabelos lisos. A magreza é exaltada e, para alguns *bookers*, ela possui medida: a proporção ideal de uma modelo mulher é 1,77 m de altura, 89 cm de busto, 89 cm de quadril e 60 cm de cintura (LIBARDI, 2004).

No entanto, em meados de 2010, modelos que não possuem exatamente esses atributos passam a estar mais presentes no mercado da moda. São modelos que se destacam por alguma característica fora do padrão hegemônico e suas agências ou representantes acabam investindo na sua divulgação, ajudando-os/as a tornarem-se conhecidos/as no mercado. Modelos mais velhas/os, com vitiligo, transexuais, com alguma deficiência física, desordem genética ou com aparência andrógina estão estrelando campanhas e desfilando nas semanas de moda de grandes marcas e reconfigurando os padrões de perfis dentro e fora das agências. São os modelos considerados *exóticos*⁴⁰.

3.4 O corpo exótico na moda

Segundo Ieda Tucherman (1999), esse corpo *exótico* sempre se fez presente desde o início da humanidade. Se antes era na forma de seres mitológicos e *freaks* (anões, gigantes, siameses, hermafroditas), hoje podemos dizer que é na necessidade de constituir o diferente, que contraste com o padrão. “Ao lado das figuras dos *freaks* tradicionais, surgem novos corpos desviantes, novas práticas de intervenção nos corpos que se utilizam da estética do bizarro como forma de se opor à norma” (TUCHERMAN, 1999, p. 132), utilizando-se de tatuagens, *piercings*

⁴⁰ Para Palmeira (2018), a principal característica da profissão de modelo, sem dúvida, é a valorização do corpo, assim como a construção de um padrão de beleza. Nesse sentido, para a autora, a categoria do *exótico* aparece para designar algo que destoa desse padrão, mas, por alguma(s) característica(s) esse traço pode ser valorizado. A autora também relata que o termo *exótico* apareceu em sua pesquisa de campo durante a entrevista com um dos *bookers* que colaboraram com suas investigações, quando o mesmo foi se referir aos modelos que fogem dos padrões estéticos vigentes: “Exótico é que é diferente. É uma coisa assim que você vê: nossa, como é lindo, é linda! Bem diferente que se você vê assim: ah, vai ganhar muito trabalho, e ganha!”. Essa fala fazia referência aos modelos africanos pertencentes ao *casting* da agência (PALMEIRA, 2018, p.191). Quando trabalhei em agência de modelos nos anos 2009 e 2010, esse termo era comumente utilizado para referir-se a modelos fora do padrão, inclusive quando possuíam todas as características hegemônicas, porém tinham um rosto considerado “difícil” de ser fotografado. A partir desse relato e de Palmeira (2018), entendo que o mercado de moda pode ser considerado um sistema conservador, pois, ainda que tenha espaço para corpos que tensionam e questionam esses atributos impostos, o padrão hegemônico ainda é a maioria em agências, desfiles, editoriais de moda e campanhas.

e outras marcações corporais e estéticas, por exemplo. Ou seja, todo corpo que foge do padrão hegemônico é considerado exótico, “o outro” dentro da moda.

É o corpo que sustenta nosso processo de identificação dentro da sociedade. A partir de seus traços seremos aceitos e reconhecidos dentro de determinados grupos, mas também é o que nos caracterizará enquanto sujeito e “o outro”. Determinar essas características para incluir ou excluir o indivíduo é fundamental para definirmos o idêntico (padrão) e o diferente (outro) (TUCHERMAN, 1999). A partir disso, podemos formular o conceito de alteridade.

A alteridade faz parte dessa construção de identidade, classificando o que é igual, ao mesmo tempo que identifica o que é diferente. “O seu significado provém de uma posição relativa – o contraponto ao idêntico – na rede de signos que um grupo ou sociedade estabelece para si” (TUCHERMAN, 1999, p. 107). Assim, “o outro” acaba surgindo por exclusão social ou simplesmente pelo não cumprimento e submissão às normas culturais de uma sociedade.

Figura 14 - Modelos desfilam no final da The Blonds Spring 2019, na New York Fashion Week



Fonte: The Fashion Spot⁴¹

“O outro” também surge como regulador de parâmetro social, pois é a partir de suas construções corporais, atitudes e rupturas que conseguimos distinguir o que é hegemônico (TUCHERMAN, 1999). Trazendo para o mundo da moda, o modelo corporal padrão só existe porque o exótico se faz notar, assim como o mesmo só se destaca justamente por ser diferente (figura 14). E assim, como nos tempos de *freak-show*, onde o sujeito moderno apropriava-se desses corpos, produzindo espetáculos para familiarização das diferenças e sua discriminação,

⁴¹ Disponível em: <<http://www.thefashionspot.com/runway-news/805025-diversity-report-new-york-fashion-week-spring-2019/>>. Acesso em: 19/10/2018.

a moda resgata esses corpos em seus desfiles e editoriais, numa tentativa de inclusão do diferente, mas também pela possibilidade de vantagem comercial ao positivar essas diferenças (PALMEIRA, 2018).

Figura 15 - Winnie Harlow



Fonte: Revista L'Officiel⁴²

Isso fica claro ao nos depararmos com listas⁴³ em *sites* na internet enumerando esses corpos exóticos que estão se destacando no mercado. Um exemplo desses modelos é Winnie Harlow (figura 15). Nascida no Canadá, foi descoberta no *reality show* “America’s Next Top Model”. A modelo possui uma doença dermatológica chamada vitiligo, que consiste na perda gradativa de pigmentação na pele, ocasionando manchas por todo o corpo. No entanto, é exatamente essa característica que faz ela se destacar, já que é considerada uma “peça-única”⁴⁴ e original. Winnie já participou de *casting* e editoriais de grandes grifes, como Diesel, Desigual

⁴² Disponível em: <<https://www.revistalofficiel.com.br/girls/unica-e-fascinante-conheca-a-historia-da-super-modelo-winnie-harlow#image-14706>>. Acesso em: 15/10/2018.

⁴³ Conheça 13 modelos que estão mudando os padrões da moda. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/vida-e-estilo/moda/conheca-13-modelos-que-estao-mudando-os-padroes-da-moda/>>. Acesso em: 24/09/2018.

⁴⁴ O termo *peça* é utilizado pela produtora de conteúdo Fernanda Di Biase em alusão a joias, como se a modelo fosse uma pedra rara e valiosa. Disponível em: <<https://www.revistalofficiel.com.br/girls/unica-e-fascinante-conheca-a-historia-da-super-modelo-winnie-harlow#image-14706>>. Acesso em: 05/11/2018.

e Dior⁴⁵. Em setembro de 2018, foi confirmada sua participação no desfile Victoria's Secret Fashion Show, realizado em novembro do mesmo ano⁴⁶.

Já a modelo Rebekah Marine é conhecida como a “Modelo Biônica” e desfilou pela primeira vez na New York Fashion Week em fevereiro de 2015 (figura 16). Rebekah sempre sonhou em ser modelo, mas achou que nunca conseguiria realizar seu desejo por ter nascido sem o antebraço direito. Sua autoconfiança foi renovada em 2011, quando passou a utilizar uma prótese⁴⁷. Além dos desfiles, já estrelou o catálogo da multimarca Nordstrom e modelou para Tommy Hilfinger. Também é embaixadora do Lucky Fin Project, uma organização sem fins lucrativos que apoia pessoas com deficiências de membros superiores⁴⁸.

Figura 16 - Rebekah Marine é conhecida como a “Modelo Biônica”



Fonte: Today⁴⁹

Nesse aspecto, a New York Fashion Week torna-se um celeiro de novidades que acaba impactando as tendências no mercado da moda não só em termos de roupas e coleções, mas também dos *castings* selecionados pelos estilistas. O *site* The Fashion Spot possui uma seção

⁴⁵ Única e fascinante: conheça a história da super modelo Winnie Harlow. Disponível em: <<https://www.revistalofficiel.com.br/girls/unica-e-fascinante-conheca-a-historia-da-super-modelo-winnie-harlow#image-14706>>. Acesso em: 15/10/2018.

⁴⁶ Winnie Harlow é confirmada para o Victoria's Secret Fashion Show. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2018/09/winnie-harlow-e-confirmada-para-o-victorias-secret-fashion-show.html>>. Acesso em: 15/10/2018.

⁴⁷ Modelo com braço biônico cruzará a passarela da semana de moda de NY. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2015/09/modelo-com-braco-bionico-cruzara-passarela-da-semana-de-moda-de-ny.html>>. Acesso em: 19/10/2018.

⁴⁸ The official website of bionic model Rebekah Marine. Disponível em: <<https://www.rebekahmarine.com/about>>. Acesso em: 19/10/2018.

⁴⁹ Foto de Chris Loupos. Disponível em: <<https://www.today.com/style/bionic-model-rebekah-marine-fights-fashion-diversity-adaptive-clothing-t97671>>. Acesso em: 16/10/2018.

chamada “Diversity Report” (Relatório de Diversidade, em tradução livre)⁵⁰, com matérias apresentando dados referentes a aparições de modelos fora do padrão hegemônico em desfiles e campanhas. O relatório referente aos desfiles das coleções de Primavera 2019 ocorridos em setembro de 2018 já foi publicado e mostra análises interessantes. Segundo o *site*⁵¹, esses desfiles foram os mais diversificados em termos de gênero e raça, apontando um uso maior de modelos considerados/as não brancos/as. No entanto, há muito que se evoluir nessas questões, especialmente nos desfiles realizados na Europa, visto que os desfiles que ocorrem em Nova York possuem uma diversidade maior de corpos, distorcendo as médias finais do relatório (figura 17).

Figura 17 - Exemplos de modelos que desfilaram em Nova York



Fonte: Fashion Bubbles⁵²

Importante destacar desse relatório alguns dados referentes ao uso de modelos transgêneros⁵³/não binários⁵⁴ nessa temporada. Foram selecionados 91 modelos (83 mulheres transexuais e oito não binários) para um total de 52 desfiles, representando 1,23% do *casting* e

⁵⁰ The Fashion Spot. Disponível em: <<http://www.thefashionspot.com/tag/diversity-report/>>. Acesso em: 19/10/2018.

⁵¹ Report: The Spring 2019 Runways were the most racially diverse ever, but Europe still has a major age and body diversity problem. Disponível em: <<http://www.thefashionspot.com/runway-news/807483-spring-2019-runway-diversity-report/>>. Acesso em: 19/10/2018.

⁵² Disponível em: <http://www.fashionbubbles.com/estilo/nyfw-verao-2019-a-diversidade-ganha-forma-nas-passarelas/>>. Acesso em: 19/10/2018.

⁵³ Transgênero: conceito “guarda-chuva” que abrange o grupo diversificado de pessoas que não se identificam, em graus diferentes, com comportamentos e/ou papéis esperados do gênero que lhes foi determinado quando de seu nascimento (JESUS, 2012, p. 25).

⁵⁴ Binarismo: Também denominado como “dimorfismo sexual”. Crença, construída ao longo da história da humanidade, em uma dualidade simples e fixa entre indivíduos dos sexos feminino e masculino (JESUS, 2012, p. 28). Uma pessoa não binária não se identifica com essa dualidade.

um recorde histórico, já que na temporada anterior foram selecionados 64 modelos (56 mulheres transexuais e oito não binários). Só em Nova York foram 53 selecionados (49 mulheres transexuais e quatro não binários), o que configura 2,41% do *casting* selecionado para os 20 desfiles. Marcas como Marc Jacobs e Calvin Klein abriram espaço em seus *castings* para esses/as modelos.

Ainda que haja pessimistas dentro do mercado que dizem que o uso desses modelos dá uma ilusão de diversidade aos desfiles, pois apesar de suas características andróginas (figura 18), eles ainda atendem ao perfil hegemônico de modelo jovem, alto e magro, é inegável que a atitude do mercado da moda como um todo está mudando em relação a esses modelos⁵⁵.

Figura 18 - Modelos com aparência andrógina que participaram dos desfiles de lançamento da temporada Primavera 2019



Fonte: The Fashion Spot⁵⁶

No entanto, para nossa pesquisa, é importante entendermos o que é essa aparência andrógina que alguns/mas modelos têm apresentado e que as agências estão explorando como diferencial no mercado e utilizando na produção da fotografia de moda. Assim, poderemos compreender as inter-relações de sentidos que a androginia estabelece entre moda e fotografia, além de podermos entender suas características para identificarmos os aspectos presentes nas imagens que compõem o *corpus* desse trabalho.

⁵⁵ Report: racial, size, gender and age diversity reach all-time high at New York Fashion Week Spring 2019. Disponível em: <<http://www.thefashionspot.com/runway-news/807483-spring-2019-runway-diversity-report/>>. Acesso em: 19/10/2018.

⁵⁶ Disponível em: <<http://www.thefashionspot.com/runway-news/807483-spring-2019-runway-diversity-report/>>. Acesso em: 19/10/2018.

3.4.1 A androginia

Na moda, um/a modelo com aparência andrógina significa a possibilidade de uma marca contratá-lo/a para desfilas suas coleções ou protagonizar suas campanhas femininas, masculinas ou sem gênero. A androginia, num sentido mais amplo, “pode ser definida como o Um que contém o Dois, a saber, o masculino (*andro*) e o feminino (*gyne*)” (SINGER, 1990, p. 27), um corpo com características inerentes aos gêneros feminino e masculino ao mesmo tempo. Portanto, na análise desta autora, a androginia remete a uma certa simultaneidade do binarismo de gênero, expresso pela oposição masculino *versus* feminino.

Para Butler (2017), a separação entre o gênero e o sexo designado ao nascer atende à tese de que o gênero é uma construção cultural, não sendo considerado resultado causal e nem fixo referente ao sexo. Sendo assim, se o gênero é o corpo sexual assumindo significados culturais, não podemos afirmar que ele provém de um sexo designado desta ou daquela maneira. Essa distinção sugere pensar uma separação entre os corpos sexuados e os gêneros culturalmente construídos. A autora também supõe que, caso haja a estabilidade do sexo binário, não há como a construção do termo “homens” ser aplicado apenas a corpos masculinos, assim como “mulheres” a corpos femininos. No entanto, quando assumimos que o gênero independe do sexo designado, assumimos que o mesmo pode ser fluído, onde *homem* e *masculino* podem fazer referência tanto a corpos femininos quanto masculinos, assim como *mulher* e *feminino* podem fazer referência a corpos masculinos e femininos. Assim, o gênero também pode ser compreendido como um corpo sexualmente diferenciado assumindo significados específicos.

Se é possível falar de um “homem” com um atributo masculino e compreender esse atributo como um traço feliz mas acidental desse homem, também é possível falar de um “homem” com um atributo feminino, qualquer que seja, mas continuar a preservar a integridade do gênero. Porém, se dispensarmos a prioridade de “homem” e “mulher” como substâncias permanentes, não será mais possível subordinar traços dissonantes do gênero como características secundárias ou acidentais de uma ontologia do gênero que permanece fundamentalmente intata. Se a noção de uma substância permanece é uma construção fictícia, produzida pela ordenação compulsória de atributos em sequências de gênero coerentes, então o gênero como substância, a viabilidade de *homem* e *mulher* como substantivos, se vê questionado pelo jogo dissonante de atributos que não se conformam aos modelos sequenciais ou causais de inteligibilidade (BUTLER, 2017, p. 55).

Para Salih (2012), Butler atribui ao gênero algo que *fazemos*, não algo que *somos*, em função de nossos atos, gestos e atitudes serem repetidos e regulados socialmente. Com *regulados* a autora quer dizer que, de certa forma, não estamos livres para escolher como desejamos “encenar” (ou performar) nosso gênero, já que possuímos uma quantidade limitada de atributos que poderemos adotar. As identidades de gênero são formadas pela linguagem, ou

seja, não há identidade de gênero antes da existência da linguagem, “não é que uma identidade ‘faça’ o discurso ou a linguagem, mas é precisamente o contrário – a linguagem e o discurso é que fazem o gênero” (SALIH, 2012, p. 91). Assim, a identidade de gênero é um ato significante, não existindo um “eu” fora da linguagem, sendo os sujeitos culturalmente inteligíveis efeitos e não causas dos discursos ocultos de suas ações.

É nesse sentido que Butler entende o gênero como performativo, uma vez que a performatividade refere-se ao ato de fazer acontecer aquilo que nomeia, através da reiteração de meios discursivos. Assim, a performatividade é pré discursiva e não voluntarista. Logo, a performatividade é o que faz um homem “masculino” e uma mulher “feminina”, ao mesmo tempo em que é possível nos valermos da performatividade de gênero de maneira subversiva, questionando a binaridade e a noção de que o gênero é fixo e “natural” (BUTLER, 2017; SALIH, 2012). Nesse trabalho, entendemos que a/o modelo Rain Dove apresenta uma performatividade andrógina, justamente porque, ao valer-se dessa simultaneidade e ambiguidade dos gêneros pré-estabelecidos socialmente, ele/ela questiona e ressignifica o próprio padrão binário de gênero.

Esse conceito de performatividade não será aprofundado neste trabalho, porém, ele tem uma relevância no sentido de realçar o caráter andrógino do objeto empírico. Pois, ao apontarmos que a performatividade de gênero nada tem a ver com atos ou gestos voluntaristas, entendemos que o que nosso objeto empírico se vale de seus atos ou gestos pré discursivos e os salienta de forma a se destacarem em conjunto.

Segundo Eliade Mircea (1991), a primeira menção ao ser andrógino provém do livro *O Banquete*, de Platão, onde é explicada a origem do amor romântico. Platão (2009) dizia que no início os seres tinham seus corpos em formato esférico, com duas cabeças, quatro braços, quatro pernas e dois sexos; os seres também eram divididos em três gêneros: masculino, feminino e andrógino. Os seres masculinos e femininos possuíam os dois sexos referentes aos seus gêneros; já o andrógino possuía cada sexo de um gênero. Um dia, esses seres que possuíam grande força, vigor e uma enorme presunção, tentaram escalar rumo ao céu numa tentativa de investir contra os deuses. Os deuses deliberaram o que poderiam fazer e Zeus, após inúmeras reflexões, achou uma solução. Ele resolveu que iria partir ao meio os seres, transformando cada um em dois, para torná-los menos fortes e prepotentes, porém mais úteis para os deuses, já que se tonariam inúmeros. Enquanto Zeus os partiam, Apolo torcia-lhes o rosto para o lado do corte e os costuravam. Para Platão (2009), foram esses seres que deram origem a atual humanidade e desde que fomos mutilados em dois, ansiamos por nossa metade, a fim de nos completarmos.

Para June Singer (1990), essa história serve para transformar em palavras o anseio que os amantes têm um pelo outro – sejam eles heterossexuais ou homossexuais. O andrógino de Platão de certa forma está extinto, restando apenas o mito que se refere a uma espécie que não se tem indícios de existência, mas que possui espaço no imaginário humano em forma de arquétipo, reforçando uma potencialidade que talvez nunca seja alcançada, por ser dificilmente imaginada e pouco compreendida. Para a autora, o andrógino só existe nas profundezas do inconsciente coletivo dos seres, porém, quando emerge ao plano cognitivo é reprimido. Isso ocorre porque a androginia é um estado de consciência além do comum, além de por em cheque diversos pressupostos que temos referentes à nossa identidade enquanto homem ou mulher, pois grande parte de nós convencionamos algumas atitudes ao sexo designado ao nascer (chamados virilidade e feminidade por Singer (1990) e ao gênero (chamados masculinidade e feminilidade, também pela autora) do indivíduo.

Poderíamos dizer que as qualidades da virilidade e da feminidade são a estrutura; elas mesmas não se modificam numa pessoa, embora mudanças provocadas sexualmente possam ocorrer nos homens e nas mulheres. Homens e mulheres atuam de certas maneiras, sendo que cada um possui capacidades funcionais masculinas e femininas. No processo de viver, essas qualidades – que por falta de um nome melhor nós chamamos de “masculinas” e “femininas” – também são conversíveis. A diferença é que as conversões podem se processar num único sentido [...] ou podem se processar em ambas as direções, oscilando tão rapidamente que se torna impossível discernir quando prepondera o “masculino” e quando prepondera o “feminino”. Quando essas funções oscilam, a oscilação pode ser tão suave que faz nascer uma personalidade de graça descomunal, uma personalidade capaz de adaptar-se a cada situação por meio de um mecanismo norteador interno que pressente o que é e o que não é necessário em um dado momento qualquer. Poderíamos dizer que o mecanismo norteador dessa pessoa opera com base no princípio da androginia. É através desse dinamismo que um senso de equilíbrio pode vir a ser atingido (SINGER, 1990, p. 32).

Para Butler (2017), as características inerentes ao sexo designado provêm de uma heterossexualidade compulsória utilizada como processo regulador na sociedade. A autora mostra que o sexo masculino tem sido historicamente considerado único, enquanto que o feminino tem sido considerado “o outro”. Dessa forma, o ser feminino não poderia ser considerado sujeito político, já que esse não teria lugar de fala. Além disso, a heterossexualidade compulsória prevê que a feminilidade seria a ausência da masculinidade, o que tornaria a mulher um ser passivo, já que a característica ativa pertence ao homem. Ao nos livrarmos dessas construções sociais, denunciaremos esse ideal enquanto norma e nos permitiremos romper com esse processo regulador.

O uso da heterossexualidade compulsória como regulador social é exemplificado quando temos contato com o que Foucault (apud BUTLER, 2017) menciona referente aos diários do hermafrodita Herculine Barbin. Desde muito nova/o, Alexia – como Herculine é

chamada/o durante a construção do texto – se sentia diferente das demais meninas. Ainda que não ficasse clara sua condição anatômica, Foucault sugere, a partir dos laudos médicos publicados junto com seu texto que “ela/ele possuía o que se poderia descrever como um pequeno pênis ou um clitóris aumentado; que onde deveria estar a vagina havia um ‘beco sem saída’, como disseram os médicos; e que, além disso, ela não parecia ter seios femininos identificáveis” (FOUCAULT, 1978, apud BUTLER, 2017, p. 171). Atormentada pela culpa, já que se considera um “erro natural”, Herculine expõe suas relações com as meninas da escola, com as “mães” do convento e com sua amante Sara para um padre em confissão e, logo em seguida, a um médico, devido à enfermidade genital. Autoridades confirmam sua condição e formalizam sua transformação jurídica em homem, obrigando-a/o a se vestir com trajes masculinos e exercer seu papel de homem na sociedade. Essa situação descrita por Foucault deixa clara a necessidade imposta socialmente de se atribuir papéis aos seres, levando em consideração apenas sua sexualidade, fazendo-os se encaixar num padrão imposto de papel de gênero – o qual também é construído culturalmente. Também ajuda a entender que até as relações de poder atribuídas ao sexo designado também são socialmente impostas, já que o fato de Herculine apresentar de certa forma ambos os sexos em seu corpo prova que não é necessariamente o órgão que define seus atos performativos de gênero.

Vale lembrar que, segundo Singer (1990), androginia nada tem a ver com hermafroditismo ou bissexualidade. O hermafrodita, como já brevemente descrito, seria um ser com uma anormalidade fisiológica, alguém que possui um desvio em seus órgãos genitais externos, aparelhos sexuais internos e até desequilíbrio hormonal, em função da formação “anormal” semelhante ao sexo oposto. Já a bissexualidade, basicamente falando, consiste na atração sexual por ambos os sexos. Ou seja, a androginia não tem vínculo com o sexo designado ao nascer ou com o gênero da pessoa. O ser andrógino é aquele que aceita em sua corporalidade e atitudes características dos aspectos femininos e masculinos, reconhecendo conscientemente esses potenciais, estabelecendo relações harmoniosas na construção do seu eu (SINGER, 1990).

Compreendidos os conceitos acerca de um possível corpo andrógino, podemos a partir de agora traçar nosso caminho metodológico, a fim de iniciarmos as análises das fotografias do/a modelo Rain Dove, considerada/o andrógina/o por sua agência e conhecida/o no mercado da moda como tal.

4 RAIN DOVE E A ANDROGINIA: CAMINHOS METODOLÓGICOS

Após a revisão teórica apresentada nos capítulos anteriores, iremos delinear o caminho metodológico que traçamos para as análises imagéticas a fim de contemplarmos o problema de pesquisa dessa monografia, que consiste em responder: Como a androginia da/o modelo Rain Dove tem sido construída pela agência Major Models na estruturação do seu *composite* e como Rain Dove se configura enquanto modelo de perfil andrógino?

4.1 Caminho metodológico: níveis de significação

Para este trabalho, entendemos ser mais pertinente utilizar aspectos da semiótica como teoria acionadora de nossa metodologia. Isso se dá pelo fato de ela se propor como uma ferramenta que estuda o sentido construído inerente ao objeto estudado (CODATO; LOPES, 2009). Nessa linha de pensamento, Iasbeck (2009) entende que o método semiótico é útil para promover diálogos entre as mais diversas teorias para criar uma articulação argumental mais digna ao seu objeto. Assim, o pesquisador fica livre para efetuar a análise, já que não precisará provar em seu trabalho o que os teóricos já provaram, servindo-se apenas “dessas teorias para entender seu objeto, ampliar as possibilidades de compreensão em torno dele, solucionando problemas ou amplificando complexidades” (IASBECK, 2009, p. 198).

Segundo Gemma Penn (2008), a semiologia pode ser aplicada a diversos sistemas de signos, entre eles a imagem fotográfica. Uma de suas vertentes se originou a partir dos estudos da linguística estrutural de Ferdinand Saussure (1857-1913). O estruturalismo entende a língua como um sistema e tenta descobrir as regras que o mantêm unido. Esse sistema linguístico contém unidades as quais Saussure chama de signos e suas relações.

Saussure propôs um modelo simples e elegante do signo linguístico como sendo a junção arbitrária de um significante, ou imagem acústica, e um significado, ou conceito ou ideia. Estas duas partes podem ser analisadas como se fossem entidades separadas, mas elas existem apenas como componentes do signo, isto é, em virtude de sua relação recíproca. [...] O significado não existe anterior, ou independente, da língua: não é simplesmente uma questão de colocar nela um rótulo (PENN, 2008, p. 319-320).

No entanto, Penn (2008) entende que é Barthes quem fornece uma melhor explicação acerca do uso da semiologia para a análise de imagens. Para o semiologista, todo sistema possui mistura linguística, o que significa que uma imagem não poderia significar algo autonomamente, ela deveria ser ancorada a um texto verbal. Isso se deve ao fato de a imagem ser ambígua ou polissêmica, necessitando de uma legenda para ter sua ambiguidade retirada (PENN, 2008). Ainda assim, o próprio Barthes (1990) diz que é possível analisar a imagem isolada de seus textos para o entendimento da mensagem. No caso do nosso *corpus* torna-se

importante a contextualização verbal do site onde as fotografias estão colocadas que orientam a significação das imagens.

Barthes propõe diferentes níveis de significação: “o denotativo, ou primeiro nível, é literal, ou motivado, enquanto níveis mais altos são mais arbitrários, dependentes de convenções culturais” (PENN, 2008, p. 322). Assim, para o primeiro nível de análise, que é a denotação, necessitamos de conhecimentos linguísticos e antropológicos; para o segundo, que é a conotação, precisamos de conhecimentos culturais. A partir disso, o processo de análise da imagem funciona quase como uma dissecação, tornando explícitos os signos contidos na imagem a fim de melhor interpretação (PENN, 2008).

Entretanto, é importante salientarmos que a própria fotografia possui suas peculiaridades para efetuarmos sua análise. Barthes diz que a conotação “elabora-se nos diferentes níveis de produção da fotografia (escolha, tratamento técnico, enquadramento, diagramação)” (BARTHES, 1990, p. 15), sendo assim, é possível criar sentidos em nossa análise a partir dos quesitos técnicos presentes nas fotografias. Contudo, os mesmos só serão observados, estruturados e descritos caso eles sejam pertinentes para o entendimento final dos sentidos da imagem. O mesmo procedimento será empregado às questões das corporalidades: a fim de termos uma análise mais dinâmica, as características corpóreas da modelo serão analisadas de acordo com a pertinência que adquirem na construção dos sentidos da fotografia.

Ainda considerando as contribuições de Barthes (1990) para a análise da imagem, é relevante trazer os níveis de sentido informativo, simbólico e obtuso. O sentido informativo, de primeiro nível, é aquele que reúne todo o conhecimento que temos acerca da fotografia analisada, os signos que “saltam-nos aos olhos” para a construção da mensagem, ou seja, os elementos óbvios. Já o sentido simbólico pertencente ao nível da significação, demanda um pouco mais de conhecimento referente à fotografia, nos permite identificar os simbolismos dos elementos contidos na construção da mensagem inicial. Por último, o sentido obtuso consiste no significado além do retratado, aquilo que de certa forma não fica óbvio. É um estranhamento que sentimos ao analisarmos a fotografia, mas que algumas vezes não é visível a todos. De acordo com essas explicações de Barthes (1990), é possível associar os níveis de significação. Assim, o primeiro nível pode ter aliados os sentidos informativo e denotado, exposto anteriormente, bem como o segundo nível ter aliados os sentidos simbólico e conotado, ainda que não correspondam ao mesmo conceito.

Sendo assim, serão examinadas as fotografias pertencentes ao *composite* da/o modelo Rain Dove, levando em consideração o contexto que a agência Major Model cria para a/o

modelo. Será recuperada a trajetória de apresentação da/o modelo no site da agência, levando em conta os locais de hospedagem de suas informações e comparando os tipos de fotografias que foram utilizadas em cada um desses momentos na formatação de seu *composite*. Esse procedimento permitirá entender como a agência foi construindo a imagem de Rain Dove ao longo do tempo e quais estratégias usou. A partir disso, serão identificadas imagens pertinentes para análise conforme o momento de atuação em que a/o modelo se encontra, a partir dos critérios de repetição e regularidade. Seleccionadas as fotografias, serão realizadas análises de sete imagens, relatando e especificando os três níveis de sentido de Barthes, com mais atenção às questões de gênero. Primeiramente serão considerados os elementos de denotação na imagem juntamente com o nível informativo; logo após, serão identificados os elementos que compõem a conotação e o nível simbólico; num terceiro momento, se for pertinente, serão apresentados os elementos correspondentes ao nível obtuso. Tudo isso, levando em consideração as teorias abordadas no início deste capítulo, bem como dos capítulos anteriores referentes à fotografia e às corporalidades. A partir disso, poderemos responder como a agência Major Model estrutura o *composite* da/o modelo Rain Dove para divulgá-la/o enquanto modelo de perfil andrógino e como ela/e se configura nesse perfil.

4.2 Major Model e a *performatividade andrógina* de Rain Dove

A Major Model New York⁵⁷ é uma agência de modelos considerada uma das dez principais agências mundiais que trabalham com adultos no mercado da moda. A marca Major Model foi fundada no final dos anos 1980, em Milão, para atender a demanda do mercado que crescia com o ressurgimento da alta-costura. Assim, a Major Milan, firmemente estabelecida no mercado europeu durante os anos 1990, expande sua marca a Nova Iorque em 1999, transformando a Major Model numa agência global. A partir disso, com orientação do proprietário/presidente Guido Dolci, a empresa faz uma transição de agência boutique para inovadora global, agenciando assim não só modelos, mas também pessoas com talentos diversificados e influenciadores. Atualmente, além dos escritórios em Nova Iorque e Milão, também possui sede em Paris e Munique, sendo capaz de atender e desenvolver talentos em todos os principais mercados do mundo⁵⁸.

⁵⁷ Site da agência de modelos Major Model NY. Disponível em: <<http://www.majormodel.com/>>. Acesso em: 08/11/2018.

⁵⁸ Informações disponíveis na sessão “About” no site da agência. Disponível em: <http://www.majormodel.com/about>. Acesso em: 08/11/2018

Rain Dove é um/a modelo considerada/o andrógina/o pelo mercado da moda e possui contrato com a agência Major Model New York desde 2013⁵⁹. Pessoalmente, Rain Dove se identifica como *gender capitalist*⁶⁰ (gênero capitalista, em tradução livre), o que significa que ela/e não se identifica como mulher – seu sexo designado ao nascer – nem homem, pois as pessoas que se utilizam desse rótulo reconhecem que há certas vantagens e desvantagens em se identificar com um gênero específico. Ou seja, ela/e configura-se enquanto mulher ou homem levando em consideração a maior vantagem que obterá performando um ou outro⁶¹. Em razão disso, ela/e utiliza-se de pronomes neutros⁶², bem como as designações não binária ou de gênero fluído⁶³.

Suas características corpóreas aliadas a sua performatividade de gênero refletem justamente na forma como a agência a encaixa dentro de seu *casting*. Como essa pesquisa tem sido desenvolvida desde 2017/1 - semestre no qual foi construído o projeto de pesquisa para essa monografia -, possuímos três momentos da carreira de Rain Dove dentro da agência Major Model NY para análise, bem como três versões de seu *composite* disponível para *download* no seu perfil.

4.2.1 Contextualização e análise dos três momentos da carreira de Rain Dove

O primeiro momento analisado de sua carreira ocorre em julho de 2017. Segundo o *print screen* que tiramos da página do perfil da modelo Rain Dove no site da agência Major Model NY (**figura 19**), suas informações ficavam hospedadas no diretório do *casting Men*. No entanto, não era visível na página inicial do *casting*, parte em que ficam disponíveis os perfis dos modelos que se identificam com o gênero masculino. Para chegar até o perfil de Rain Dove era necessário escrever seu nome na caixa de busca do site. Além disso, seu nome artístico no site – bem como em seu *composite* – era identificado como *Rain/Human Right Activist* (Rain/Ativista dos Direitos Humanos, em tradução livre), em função de sua militância em prol das causas LGBT, e não Rain Dove, como é sua identificação usada nas redes sociais. Já seu

⁵⁹ Rain Dove: meet the androgynous female model starring in a new menswear campaign. Disponível em: <<https://people.com/bodies/rain-dove-stars-in-ace-rivington-menswear-campaign/>>. Acesso em: 17/11/2018.

⁶⁰ Informação exposta em sua conta na rede social Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/raindovemodel/>>. Acesso em: 17/11/2018

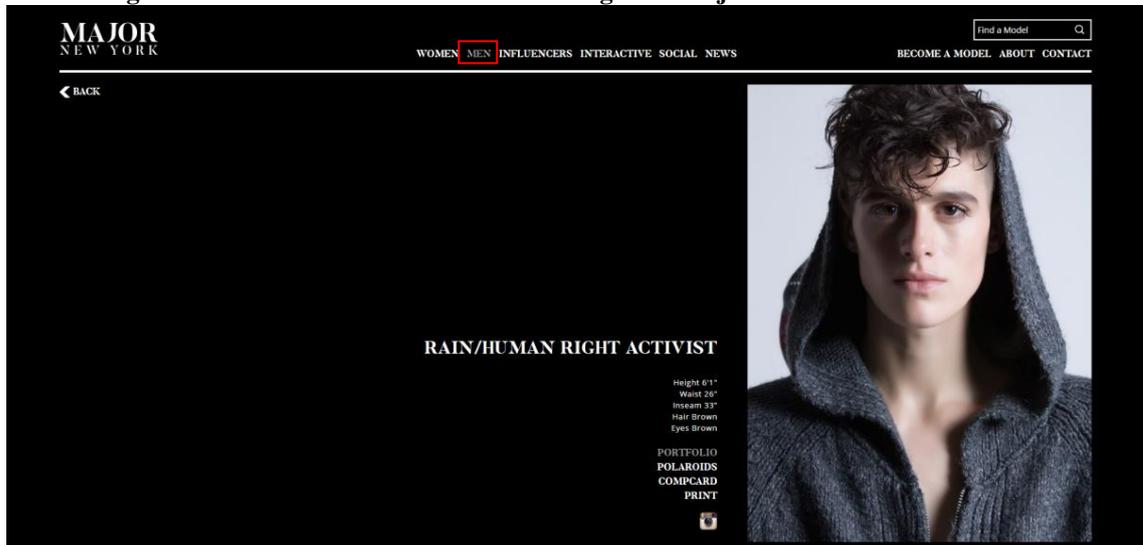
⁶¹ *Drag has gone mainstream – but where are kings?* Disponível em: <<https://www.vogue.com/projects/13541679/drag-kings/>>. Acesso em: 17/11/2018.

⁶² Isso justifica o uso de pronomes de ambos os gêneros binários durante o texto para se referir a Rain Dove, já que não possuímos pronome de tratamento neutro na língua portuguesa.

⁶³ *Model and activist Rain Dove plays basketball topless for an important reason*. Disponível em: <<https://www.indy100.com/article/rain-dove-topless-basketball-instagram-rules-model-activist-8396656>>. Acesso em: 17/11/2018.

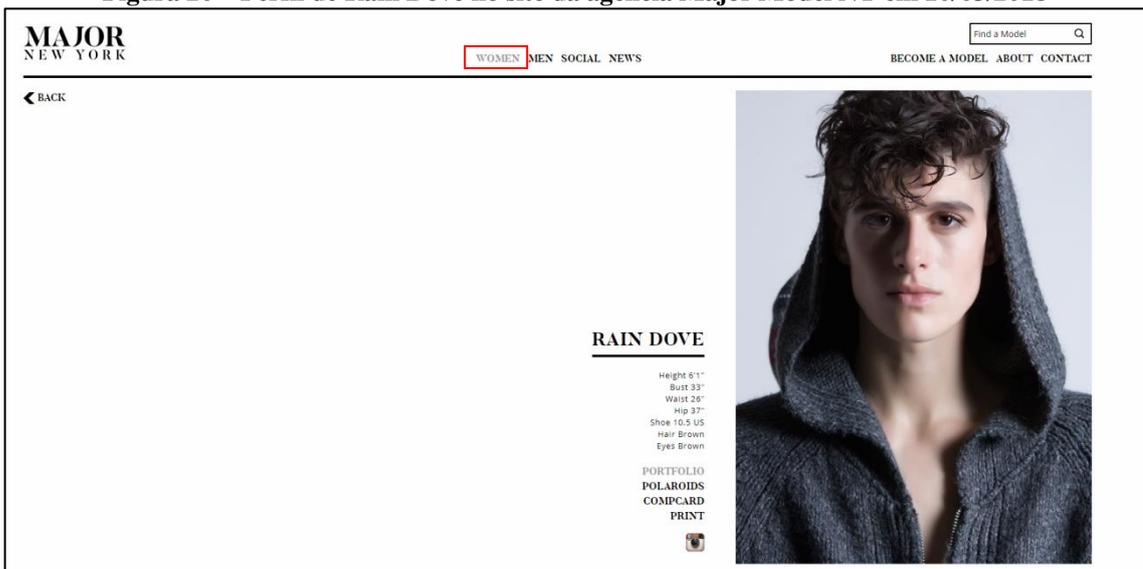
composite era formatado com 28 fotografias, sendo apenas três imagens exclusivas desta versão.

Figura 19 – Perfil de Rain Dove no site da agência Major Model NY em 13/06/2017



Fonte: Major Model.

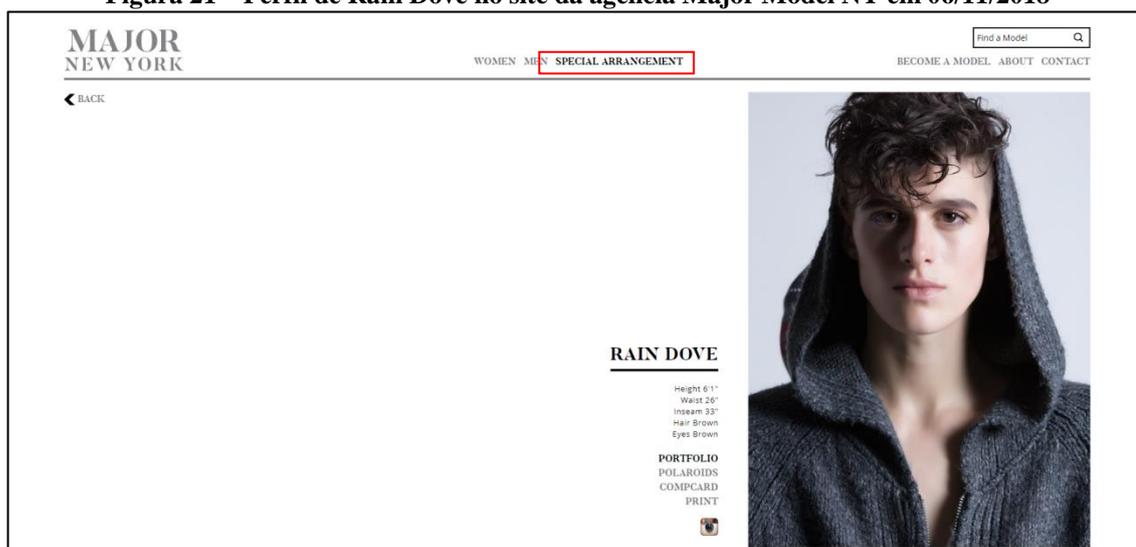
Figura 20 – Perfil de Rain Dove no site da agência Major Model NY em 10/03/2018



Fonte: Major Model.

O segundo momento ocorre em março de 2018. A partir do *print screen* que tiramos da página de seu perfil (**figura 20**), notamos que houve uma alteração no lugar de hospedagem de suas informações. Além de continuarmos encontrando seu perfil através da caixa de busca do site, acessávamos também através da página do *casting Women*, local em que são disponibilizados os perfis das modelos que se identificam com o gênero feminino. Outra alteração que notamos foi no seu nome artístico: ao invés de *Rain/Human Right Activist* agora consta *Rain Dove*, assim como está em suas redes sociais. Seu *composite* também sofre alteração, contando com 27 fotografias, tendo apenas duas diferentes da versão anterior.

Figura 21 – Perfil de Rain Dove no site da agência Major Model NY em 06/11/2018



Fonte: Major Model⁶⁴.

O terceiro momento da carreira de Rain Dove a ser analisado aqui ocorre em novembro de 2018. No *print* de sua página notamos que novamente houve alteração na hospedagem de suas informações (**figura 21**). Agora o perfil de Rain Dove está hospedado na página *Special Arrangement* (Arranjo Especial, em tradução livre) (**figura 22**).

Esse último *casting* consiste em reunir modelos com alguma característica que os façam destoar do padrão hegemônico dentro da agência e/ou que são influenciadores, sem levar em consideração seu gênero. Além de Rain Dove, há mais oito pessoas pertencentes a essa categoria dentro da agência Major Model NY. A saber: Cynthia Bailey é atriz e participante de reality show⁶⁵; Rob Evans é boxeador⁶⁶; Nicholas Fouquet é designer de chapéus e adepto do estilo de vida hippie⁶⁷; Monika Sta. Maria é filipina e vice campeã da terceira temporada do Asia's Next Top Model⁶⁸; Willy Monfret é DJ, produtor e ator⁶⁹; Jay Gilbert é músico⁷⁰; Devin

⁶⁴ Disponível em: <<http://www.majormodel.com/portfolio/special-arrangement/all/686356/rain-dove>>. Acesso em: 09/11/2018.

⁶⁵ Perfil de Cynthia Bailey no site IMDb. Disponível em: <<https://www.imdb.com/name/nm0047213/>>. Acesso em: 09/11/2018.

⁶⁶ Perfil de Rob Evan na rede social Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/the_robevens>. Acesso em: 09/11/2018.

⁶⁷ Entrevista de Nicholas Fouquet para o site S&TC. Disponível em: <<http://www.stylistandthecity.com/nick-fouquet-designer-model-hippie/>>. Acesso em: 09/11/2018.

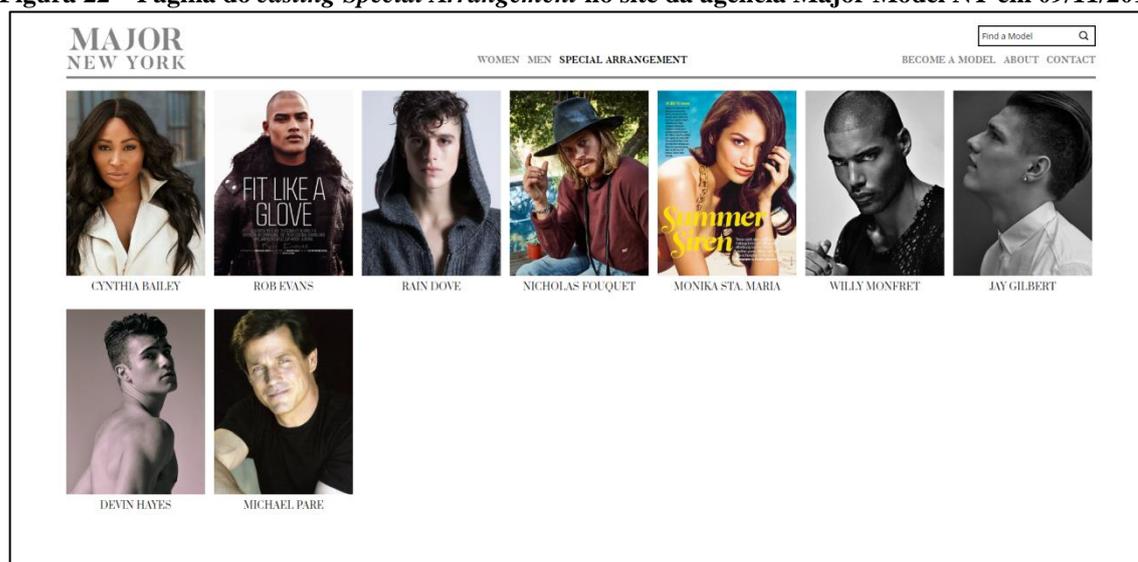
⁶⁸ Runner-up Monika Sta Maria on life after 'Asia's Next Top Model'. Disponível em: <<https://www.rappler.com/entertainment/news/97721-monika-sta-maria-asias-next-top-model-update>>. Acesso em: 09/11/2018.

⁶⁹ Perfil de Willy Monfret no site IMDb. Disponível em: <<https://www.imdb.com/name/nm1903843/>>. Acesso em: 09/11/2018.

⁷⁰ Perfil de Jay Gilbert na rede social Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/jhypeofficial/>>. Acesso em: 09/11/2018

Hayes é músico e participante do reality show *Boy Band*, da emissora ABC⁷¹; Michel Pare é ator⁷². Com exceção deste último, todos possuem uma grande presença online – incluindo Rain Dove, que é quem possui o maior número de seguidores dentre todos na rede social Instagram, com um total de 294 mil. Se fôssemos comparar com o mercado brasileiro, certamente essas personalidades seriam consideradas influenciadores digitais e trabalhariam como tal. O nome artístico de Rain Dove segue inalterado, bem como seu *composite*.

Figura 22 – Página do casting *Special Arrangement* no site da agência Major Model NY em 09/11/2018



Fonte: Major Model⁷³

A partir dessa descrição dos caminhos percorridos por Rain Dove dentro do *casting* da Major Model NY, fica clara a dificuldade da agência de encaixar a modelo em algum perfil e padrão. Ao compararmos com as etapas de preparação que uma agência faz com seus modelos, descrito na seção 3.2, Rain provavelmente passou por uma avaliação, foi aprovada e provavelmente foi direcionada para o perfil *fashion* em função de sua altura – que, conforme seus *composites*, é de 1,85 m. No entanto, ao observarmos suas demais medidas, nos deparamos com um quadril de 94 cm, um busto de 84 cm e uma cintura de 66 cm – diferente do que é considerado como ideal para modelos mulheres⁷⁴, tal como exposto por Libardi (2004). Ou seja, seu corpo não configura o padrão hegemônico feminino do mercado de moda, conforme o que concluímos na seção 3.3 deste trabalho.

⁷¹ Biografia do participante Devin Hayes no site do reality show *Boy band*. Disponível em: <<https://abc.go.com/shows/boy-band/cast/devin-hayes>>. Acesso em: 09/11/2018.

⁷² Perfil de Michael Pare no site IMDb. Disponível em: <<https://www.imdb.com/name/nm0001595/>>. Acesso em: 09/11/2018.

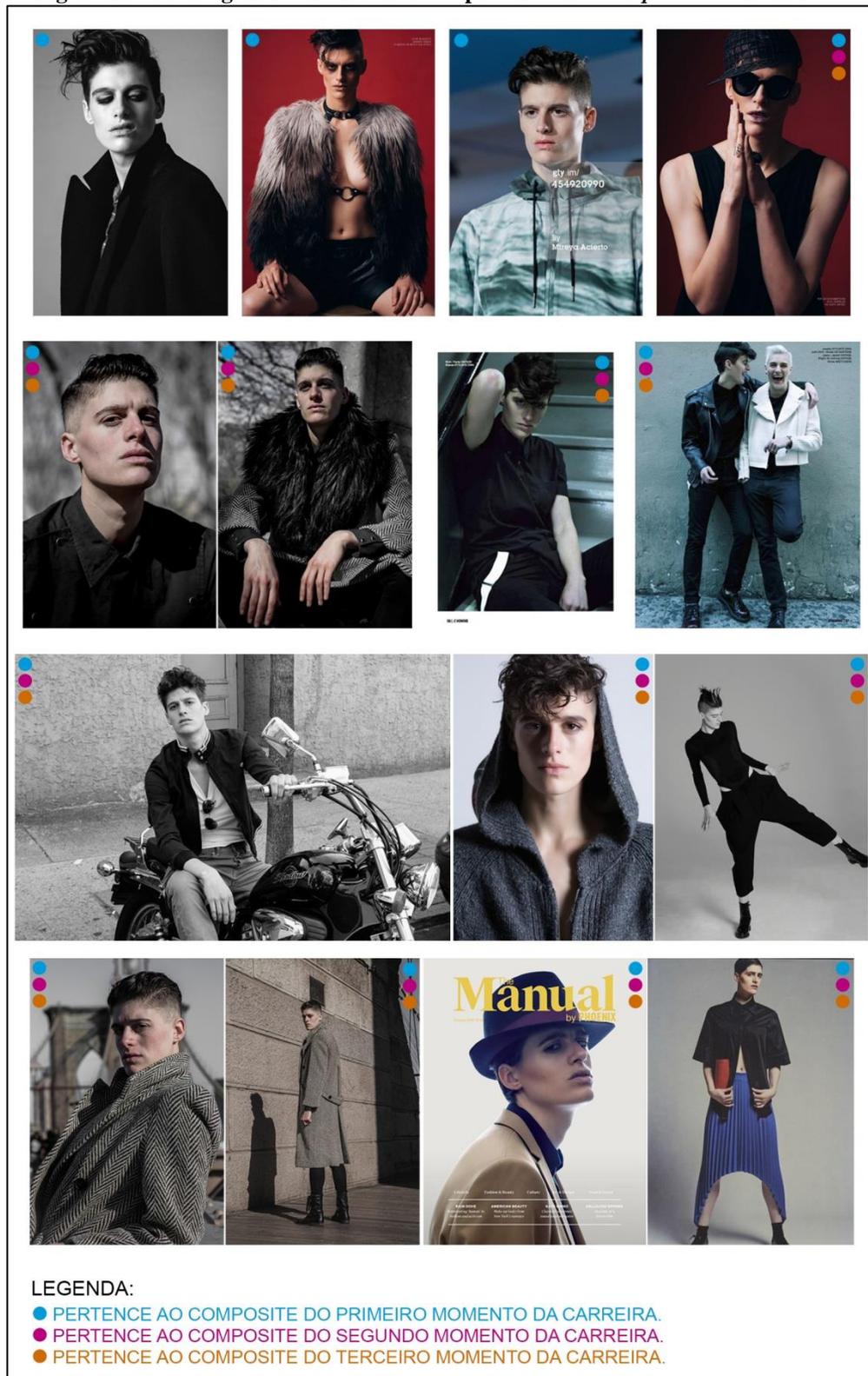
⁷³ Disponível em: <<http://www.majormodel.com/results/special-arrangement/all/>>. Acesso em: 09/11/2018.

⁷⁴ Segundo Libardi (2004), a proporção ideal de uma modelo mulher é 1,77 m de altura, 89 cm de busto, 89 cm de quadril e 60 cm de cintura.

Sendo assim, adicionar seu perfil ao diretório do *casting Men* no primeiro momento de sua carreira, ainda que sem deixá-lo visível na página de apresentação, pode ter sido uma maneira de a agência Major Model NY explorar a posição de Rain Dove quanto a sua identificação *gender capitalist*, já que poderia ser mais rentável atribuir a um modelo designado mulher a classificação de modelo masculino, justamente pensando no retorno que a agência teria em assumir que, nesse caso, o gênero de um modelo independe do seu sexo designado (BUTLER, 2017). Alterar sua localização do diretório *Men* para o *Women*, no segundo momento da carreira, pode ter sido novamente uma maneira de explorar sua identificação *gender capitalist*, associando Rain Dove, dessa vez, ao seu sexo designado, o que pode ter refletido na alteração de seu nome artístico, já que a Major Model passou a utilizar o mesmo nome que Rain adota em suas redes sociais. Por outro lado, todo esse caminho pode também configurar uma falta de preparo por parte da agência, não sabendo exatamente nem como e nem onde encaixar esse corpo, devido a simultaneidade de características atribuídas aos gêneros binários. Rain Dove, com seus atos, gestos e características, acaba por mesclar as barreiras que dividem masculino e feminino, culminando numa *performatividade andrógina*, e, portanto, subversiva a partir dos conceitos de Butler (2017) e Singer (1990).

Assim, apresentar Rain Dove, no terceiro momento de sua carreira, dentro do *casting Special Arrangement*, pode significar que a Major Model realmente está mais preocupada em divulgar sua influência ativista, sua identificação *gender capitalist* e/ou sua possível *performatividade andrógina*, do que necessariamente tentar encaixar seu corpo num padrão hegemônico dentro da agência e, conseqüentemente, no mercado da moda. Isso fica claro quando passamos a observar as fotografias usadas em seus *composites* no decorrer dos três momentos de sua carreira (**figuras 22 e 23**).

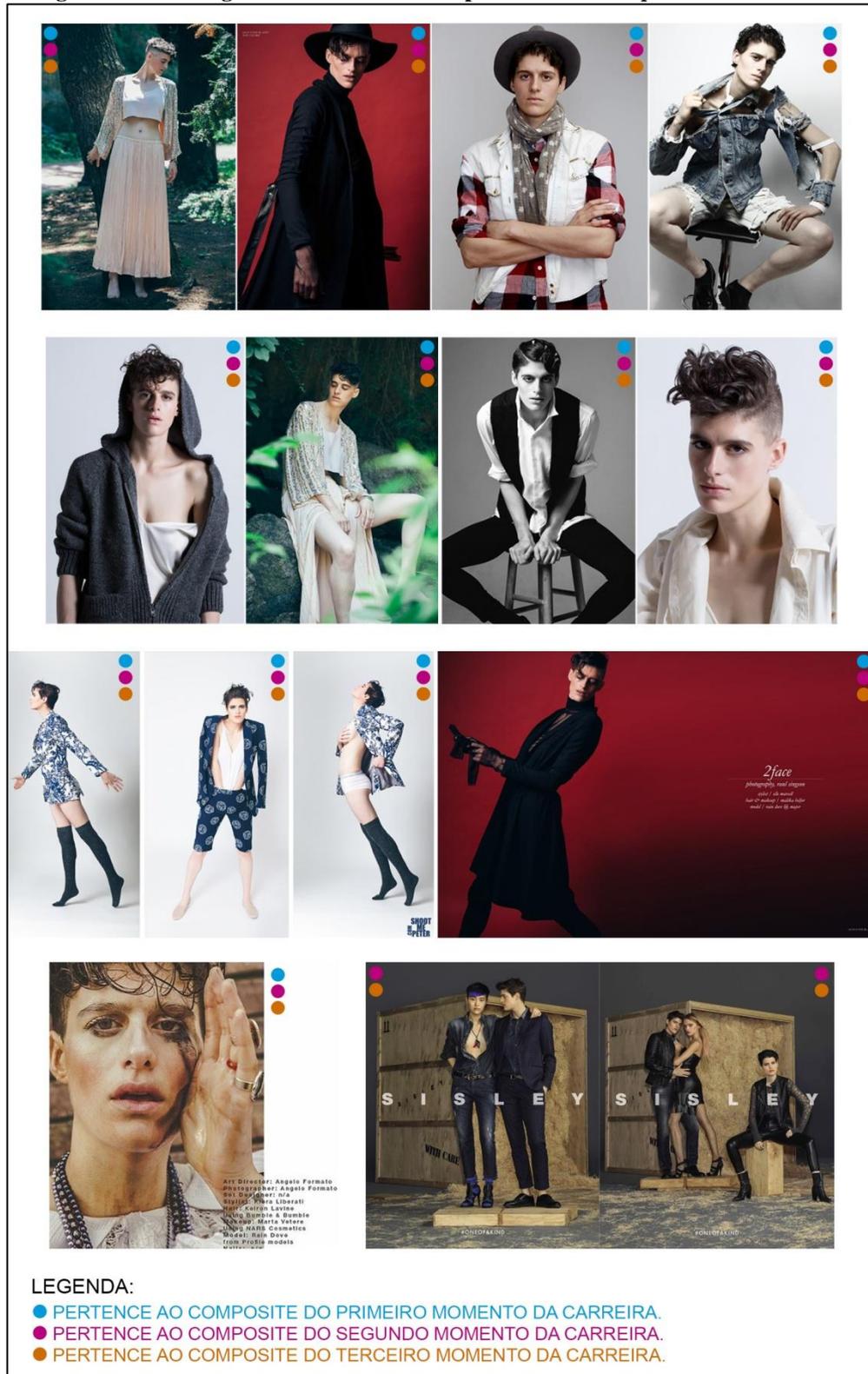
Figura 22 – Montagem 1 contendo 15 fotos presentes nos *composites* de Rain Dove



Fonte: adaptado dos arquivos disponíveis no site da agência Major Model NY⁷⁵.

⁷⁵ Disponível em: <<http://www.majormodel.com/portfolio/special-arrangement/all/686356/rain-dove>>. Acesso em: 09/11/2018.

Figura 23 – Montagem 2 contendo 15 fotos presentes nos *composites* de Rain Dove



Fonte: adaptado dos arquivos disponíveis no site da agência Major Model NY⁷⁶.

⁷⁶ Disponível em: <<http://www.majormodel.com/portfolio/special-arrangement/all/686356/rain-dove>>. Acesso em: 09/11/2018.

Do total de 28 fotografias da primeira versão (primeiro momento da carreira), três imagens foram trocadas por outras duas, formando a segunda versão (segundo momento da carreira) com um total de 27 fotografias, que não teve atualização para a terceira versão (terceiro momento). Assim, 25 fotografias estiveram presentes em todas as versões, do total de 30 fotografias utilizadas no decorrer delas.

Observar as fotografias conhecendo o possível percurso que Rain Dove fez dentro da agência Major Model, fez com que notássemos algumas regularidades presentes na utilização dessas imagens. Assim, como critério metodológico, resolvemos proceder as análises partindo destas regularidades.

A primeira delas é o uso da mesma fotografia para ilustrar seu perfil nos diversos momentos de sua carreira, bem como a utilização dessa mesma imagem na abertura de seus *composites*. Sendo assim, consideramos pertinente analisarmos essa fotografia, juntamente com as outras duas imagens feitas na mesma produção fotográfica e que estão presentes nos *composites*.

A segunda regularidade que notamos é o fato de o corte de cabelo de Rain Dove configurar uma de suas características mais marcantes. Desde o início da pesquisa, a modelo sempre utilizou o cabelo curto, com variações de tipos de cortes, que são representados no seu *composite*. Em algumas imagens, ficam bem evidentes as laterais de sua cabeça raspada, em outras, as laterais possuem o mesmo comprimento do resto do cabelo. Ainda numa terceira via, há imagens em que ela/ele utiliza tipos de chapéus diversos, não nos permitindo identificar o tipo de corte utilizado. Hegemonicamente falando, dentro do mercado da moda, é típico de modelos homens utilizarem cabelos curtos, enquanto é mais comum modelos mulheres utilizarem os cabelos com comprimento longo. Dessa forma, achamos pertinente analisarmos duas fotografias, uma para cada variação de seu cabelo.

A terceira regularidade que notamos é o fato de Rain Dove ter, na maioria de suas fotos, seu corpo coberto de alguma forma, invisibilizando seus seios e demais aspectos corporais. Assim, achamos pertinente analisar duas fotografias que formam uma sequência culminando na exposição de seu seio, ainda que o mesmo esteja tapado com uma de suas mãos.

4.2.2 Análise das fotografias selecionadas

É importante salientar antes de iniciarmos as nossas análises que as sete imagens que foram selecionadas são consideradas fotografias de moda e possuem como função *o uso comercial de realidades alteradas* (SHORT, 2013). Ou seja, elas acabam por se abster do

compromisso com a “verdade”, sendo livres para representar e transmitir ideias e conceitos, utilizando-se de produção fotográfica para se chegar a esses resultados.

Figuras 24, 25 e 26 – Fotografia que abre o *composite* de Rain Dove (figura 24) e seus desdobramentos feitos na mesma produção fotográfica



Fonte: Major Model NY

Partindo da perspectiva de Barthes (1990), o sentido denotado na **figura 24** seria representado a partir de uma pessoa vestindo um casaco feito de lã e usando seu capuz, não permitindo definir o comprimento de seu cabelo, deixando à mostra apenas seu “franção”. Essa colocação pode ser complementada com o fato de sabermos que essa pessoa é Rain Dove e que o enquadramento utilizado é o de retrato – fazendo parte do nível informativo de significação da fotografia (BARTHES, 1990).

Já o sentido conotado pode ser interpretado, nesta mesma figura, com o auxílio de alguns elementos técnicos e de produção da fotografia, que na relação com o denotado geram sentidos: o corte do enquadramento da imagem ser acima do peito, o uso de maquiagem para salientar o volume dos cílios e para marcar o rosto abaixo das maçãs da face, bem como o uso do efeito de luz e sombra a partir da iluminação utilizada na produção da fotografia e a escolha do figurino ser um casaco de lã. Esses elementos nos ajudam a entender o simbolismo da mensagem fotográfica (BARTHES, 1990). Utilizar esse tipo de enquadramento na fotografia nos restringe de obter mais informações referentes ao corpo fotografado, dificultando nossa tentativa de definir o gênero da pessoa retratada, bem como suas formas físicas. Ao mesmo tempo, esse plano realça seu rosto que carrega traços ambíguos de feminino e masculino. Cílios longos condizem, por convenção social, com uma característica esperada em mulheres, bem como o ato de utilizar maquiagem para marcar e afinar o rosto. Contudo, não há sombra, batom e lápis de sobrancelha evidentes – o que seria esperado em uma figura feminina. Essa ambiguidade é

ressaltada pelo esquema de luz utilizado na produção fotográfica, deixando iluminado apenas uma parte do rosto, conferindo uma sensação enigmática. A escolha do casaco de lã como peça de figurino nos remete a uma vestimenta unissex.

Na **figura 25** (que é um desdobramento da **figura 24**) temos ainda como sentido denotado e informativo o mesmo casaco de lã, porém mais aberto deixando ver partes do corpo, devido ao enquadramento mais amplo, e mostrando uma vestimenta branca embaixo dele. Observamos algumas alterações no sentido conotado, implicando em alterações no sentido simbólico da imagem. Sua postura com os braços soltos na lateral do corpo e com as mangas do casaco remangadas, seu rosto aparentemente sem maquiagem e com semblante sem expressão, aliados ao uso do capuz do casaco, conferem um “ar” masculinizado. No entanto, o casaco com o zíper aberto, deixando à mostra uma blusa que está levemente caída no ombro, atribui um gesto sensual e remete ao feminino, reforçado pela parte descoberta de seu seio, que também deixa à mostra o osso da clavícula proeminente. Esses elementos identificados na pose de Rain Dove acabam por se contrastarem, por remeterem a uma simultaneidade de atributos hegemonicamente considerados femininos e masculinos.

Já na **figura 26**, o sentido denotado e informativo pode ser atribuído pelo uso de uma peça branca de roupa e o corte do cabelo, raspado nas laterais e “franção” (parecendo ser o mesmo corte das **figuras 24 e 25**) à mostra. O sentido conotado dessa imagem é semelhante ao da **figura 24**: o enquadramento fechado da fotografia põe em evidência o rosto de Rain Dove, ressaltando as possíveis características femininas descritas anteriormente – cílios longos, uso de maquiagem para afinar o rosto. O uso da camisa branca pode simbolizar delicadeza e dar uma sensação de leveza, em contraponto ao comprimento e tipo de corte feito no cabelo, que em nossa cultura geralmente é associado como corte masculino.

O estranhamento nas três figuras – ou seja, o sentido obtuso – pode ser a simultaneidade de signos que simbolicamente nos remetem a ambos os gêneros binários - conforme nosso entendimento dos papéis atribuídos a eles (BUTLER, 2017) – dificultando a tentativa de definir o gênero da pessoa retratada, já que ela acaba por apresentar uma aparência andrógina construída pela coexistência desses simbolismos, culminando numa possível fluidez de gênero, que atravessa as fotografias. Pois, enquanto a **figura 24** nos remete a um corpo mais masculino e a **figura 26**, mais feminino, a **figura 25** é justamente a imagem que possui mais ambiguidade, por apresentar simultaneamente elementos conferidos nas três imagens e por ressaltar aspectos bastante típicos dos gêneros binários (parte do seio à mostra, elemento rapidamente associado

ao feminino; e a pose “largada” com uso de capuz e sem maquiagem, elementos vinculados ao masculino).

Além disso, o conjunto de imagens (**figuras 24, 25 e 26**) compõe uma narrativa fotográfica (SHORT, 2013) – que é justificada pelo uso do mesmo esquema de luz nas três imagens e do aparente movimento de “ir se desfazendo do casaco” que Rain Dove faz durante a sequência.

É a partir dessa provável narrativa que ficam evidentes as possibilidades de *performatividade andrógina* de Rain Dove, partindo de um corpo mais masculino para um corpo mais feminino em três atos, deixando claras as possíveis simultaneidades do binarismo de gênero (SINGER, 1990), fazendo-nos compreender as dificuldades que a agência Major Model tem para classificar Rain Dove em suas categorias, já levantadas como hipótese na seção 4.2.1.

Figuras 27 e 28 – Fotografias que fazem parte do *composite* de Rain Dove e que exemplificam as possíveis versões de seu cabelo



Fonte: Major Model NY

Na **figura 27**, conferimos ao sentido denotado Rain Dove sentada/o em um banco. O sentido conotado atribuído à utilização da fotografia em preto e branco pode remeter simbolicamente a algo antigo, reforçado pelo uso de figurino baseado no modelo alfaiataria, pela produção de objetos utilizar um banco de madeira e o cabelo ser modelado e preso com

grampos, entregando simbolicamente uma estética *vintage*. O penteado faz alusão ao que era usado pelas mulheres nos anos 1920, e, juntamente ao estilo de roupa escolhida, deixa emergir referência a Coco Chanel, um dos ícones máximos no que se refere às quebras de padrões hegemônicos no mercado da moda. A maquiagem, utilizada para ressaltar os olhos e afinar a face, confere ao seu rosto um “ar” mais feminino.

No entanto, a pose que Rain Dove faz ao sentar no banco, com as pernas abertas, não é a postura que hegemonicamente se atribui a uma figura feminina. Aliada ao figurino, – que justamente por ser de estilo alfaiate, dá um tom unissex à produção – reforça o simbolismo masculino, conduzindo novamente a uma certa ambiguidade acerca do gênero da pessoa retratada.

A **figura 28**, em contraponto à **figura 27**, denota uma Rain Dove em pé, descalça, rosto virado para o lado e olhando para baixo, usando saia e blusa *cropped*. O sentido conotado aqui apresenta uma fotografia colorida, com predomínio de tons pasteis, utilizando luz natural e com enquadramento de plano aberto, mostrando o corpo inteiro da/o modelo, bem como seu figurino que utiliza tecidos leves e soltos. Sua pose passa uma sensação de fragilidade, simbolizada também pela mão que parece estar segurando a árvore, como se buscasse um refúgio. Essa sensação é reforçada pela postura passiva de Rain Dove de não encarar a câmera. As roupas utilizadas dão o tom de feminilidade ao corpo, que, apesar de terem o corte de modelagem solto, marcam seus seios e deixam sua cintura à mostra. O cabelo com as laterais raspadas simboliza o único elemento que se espera encontrar em um corpo masculinizado.

O sentido obtuso na **figura 28** vem da pose de Rain Dove, que, em função de ela/e estar de pés descalços e parecendo apoiar-se na árvore, confere uma sensação de desconforto, como se esse modo de posar não pertencesse à pessoa fotografada, diferentemente da **figura 27**, onde Rain Dove parece estar mais à vontade para posar para a fotografia. Assim, a pose acaba se destacando como elemento principal nas duas fotografias, já que é ela quem denuncia o desconforto (**figura 28**) e o relaxamento (**figura 27**) de Rain Dove frente à câmera.

Embora Machado (2015) entenda que os modelos profissionais, justamente por serem treinados, sejam capazes de entregar a *ficção* necessária para obter-se o melhor resultado possível durante o ato fotográfico, Rain Dove acaba por entregar uma imagem plástica de si mesma na **figura 28**. Conforme o que Dubois (1993, p. 43) relata acerca dos *freaks* de Diana Arbus, "é por meio da imagem 'plástica' que querem dar de si mesmas e que a artista as leva a produzir que se revela a 'verdade', a autenticidade das personagens de Arbus. Eis o deslocamento: a interiorização do realismo pela transcendência do próprio código". Assim,

Rain Dove acaba de certa forma sempre demonstrando o seu próprio eu enquanto posa para as fotografias, talvez refletindo a dificuldade e um possível desconforto que tem de *performar* mais o feminino enquanto posa nos ensaios, já que seu corpo não reforça um padrão de beleza hegemônico em mulheres – e nem suas atitudes e trejeitos reforçam os papéis bem demarcados atribuídos aos gêneros binários (BUTLER, 2017), o que favorece o estereótipo de perfil *exótico* presente no mercado da moda, conforme expusemos na seção 3.4 desse trabalho. Isto nos confere uma possível crítica aos padrões de beleza impostos, pois, ao tentar *performar* o feminino, Rain Dove entrega essa imagem plástica e autêntica, fazendo-nos questionar o porquê de sua aparência e trejeitos não serem de certa forma aceitos e serem considerados *exóticos*.

Figuras 29 e 30 – Sequência de fotografias que fazem parte do *composite* de Rain Dove



Fonte: Major Model NY

Na **figura 29**, observamos como sentido denotado Rain Dove usando um *blazer* florido branco e azul que tapa seu quadril e um par de meias pretas 7/8. O sentido conotado se forma a partir do figurino, mas principalmente pela pose. A partir da postura de perfil e silhueta alongada, erguida pelas pontas dos pés e realçada pelo uso do *blazer* florido como vestido aliado às meias, a pose acaba simbolizando uma postura que se assemelha a de uma bailarina.

No entanto, o sentido obtuso aqui pode justamente ser essa pose, que, embora remeta a uma posição de bailarina, ao mesmo tempo aparenta ser estática, lembrando a de um robô, como se a postura feminina fosse marcada por atitudes milimetricamente perfeitas, conferindo uma

rigidez de quem não pode sair dessa posição, fazendo alusão aos processos regulatórios heteronormativos de nossa sociedade (BUTLER, 2017), que dizem respeito ao fato de a mulher ter que obedecer a certos padrões estéticos e comportamentais para se encaixar normativamente.

Já na **figura 30** o sentido denotado é semelhante ao da **figura 29** no que se refere a figurino e pose, no entanto alterações significativas mostram boa parte do corpo da modelo e outra posição dos braços. Assim, a pose, que antes remetia à postura de uma bailarina, se desfaz com a possibilidade de Rain Dove estar tirando a roupa. O uso do blazer e das meias 7/8 como figurino ainda permanecem, mas nos deparamos com Rain utilizando como roupa íntima o que parece ser uma cueca⁷⁷. Ou seja, na **figura 30**, a postura de feminilidade perfeita e rígida da bailarina se dissipa, dando lugar a signos que evidenciam uma ambivalência de gênero: o uso da cueca ao mesmo tempo em que deixa parte do seio à mostra.

Diferente do que podemos ter como sentido obtuso na **figura 29**, temos na **figura 30** a ambiguidade de gênero que se constitui no eixo central da foto a partir da composição opositiva de seios e cueca num mesmo sujeito. Já não ganha tanta força a postura rígida na ponta dos pés e passa-se a observar uma postura de quem parece estar prestes a voar, com a coluna bem para trás, desfazendo-se das roupas justas que a/o deixavam amarrada/o, mostrando seu verdadeiro eu: alguém que tem seios e que usa cueca, causando questionamentos sobre as convenções sociais atribuídas aos gêneros binários, sendo possivelmente uma crítica a esses papéis que nos são impostos socialmente enquanto normatização.

A partir da análise destas sete figuras entendemos que a Major Model está comprometida em valer-se das potencialidades corporais de Rain Dove utilizando imagens que evidenciam seu potencial de *performatividade andrógina* (**figuras 24, 25, 26 e 27**) e também deixar claros os posicionamentos da/o modelo com imagens que demonstram seu desconforto (**figura 28**) e potencial de crítica (**figuras 29 e 30**) frente aos papéis impostos aos gêneros binários e as atitudes que se espera de um ser enquanto feminino. Isso mostra que, além de ela/e se destacar por se adaptar aos possíveis “personagens” que serão necessários encarnar nas produções do potencial cliente, Rain Dove possui atitude e personalidade, deixando sua marca nos trabalhos em que atua, conforme o que Martinez (2003) define como estratégias para se diferenciar no mercado da moda, abordadas na seção 3.2 desse trabalho.

⁷⁷ Ainda que a peça de roupa utilizada remeta a uma peça íntima considerada de uso masculino, é importante ressaltar que há peças similares no mercado têxtil exclusivo para uso feminino, tal como as calcinhas *boyshort* da marca Calvin Klein. Disponível em: >https://www.calvinklein.com.br/calcinha-boyshort-monogram-cotton-sch4929_0987/p>. Acesso em: 20/12/2019.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entender os processos de construção de uma fotografia, atrelados a suas funções, linguagens utilizadas na transmissão de sua mensagem, bem como a maneira que pode ser planejada sua produção, explorados no capítulo 2 desse trabalho, nos ajudaram a compreender como se constitui uma fotografia de moda e a utilização de modelos para tal. A partir disso, se fez necessário explorar como é a construção de um/a modelo dentro de uma agência, explorando seus caminhos desde a avaliação até a formação de seu perfil a ser trabalhado dentro do mercado da moda, vislumbrado no capítulo 3.

Com base nestas contextualizações, conseguimos ter base suficiente para darmos início a nossa análise. Após considerarmos o possível caminho percorrido por Rain Dove dentro da agência Major Model e analisarmos as fotografias selecionadas de seu *composite*, podemos levantar algumas considerações, a fim de contemplarmos o nosso problema de pesquisa que consistia em responder *como a androginia da/o modelo Rain Dove tem sido construída pela agência Major Models na estruturação do seu composite e como Rain Dove se configura enquanto modelo de perfil andrógino*.

Durante nossa análise acerca dos três momentos da carreira de Rain Dove acompanhados nos últimos quatro semestres, ficou evidente que a agência Major Model utilizou 25 imagens como base para as três versões dos *composites* durante as três fases de sua carreira aqui analisadas. Isso significa que as alterações de *casting* pelas quais Rain Dove passou não foram determinantes para a escolha dessas fotografias. Ou seja, estar presente no *casting Men* não levou a agência a construir um *composite* mais masculinizado, bem como estar presente no *casting Women* não levou a agência a fazer um *composite* mais feminino. O que se percebe é a construção de um material condizente com o perfil que a agência propõe à pessoa retratada: um corpo que possui características de ambos os gêneros binários, sendo assim enquadrado como alguém de perfil andrógino e que, pessoalmente, se identifica como *gender capitalist* – que se configura enquanto mulher ou homem levando em consideração a maior vantagem que obterá performando um ou outro. Assim, o cliente que por ventura receber o seu material durante uma solicitação de *casting* é contemplado com o *composite* de um/a modelo capaz de *performar* o gênero que for necessário em sua produção.

Para isso, a Major Model NY constrói a androginia de Rain Dove em seu *composite* utilizando imagens que deixam claras suas potencialidades de *performatividade andrógina*, onde o que se observa é um corpo que assume sua androginia, isto é, aceita sua simultaneidade dos gêneros binários (SINGER, 1990) e se permite fluir entre eles, aparentando ser mais

masculino ou mais feminino conforme o contexto inserido ou sua necessidade. Isso fica claro nas figuras analisadas, onde evidenciamos uma simultaneidade de signos que simbolicamente nos remetem a ambos os gêneros binários - conforme nosso entendimento dos papéis socialmente construídos para eles (BUTLER, 2017). Ainda que seja possível em algumas imagens Rain Dove performar de forma mais masculina ou mais feminina, é na sua apresentação em conjunto que evidencia suas possíveis simultaneidades do binarismo de gênero (SINGER, 1990).

Enquanto modelo de perfil andrógino, foi possível perceber que Rain Dove se configura como alguém que questiona as atitudes e os papéis atribuídos aos gêneros binários em nossa sociedade, tendo destaque no mercado da moda por apresentar atitude e personalidade⁷⁸. Isso é evidenciado com imagens que deixam transparecer seu próprio eu enquanto posa, apresentando atitudes de desconforto e dificuldades em performar a feminilidade nas fotografias (como mostramos no capítulo 4), além de imagens que demonstram atitudes subversivas frente ao que se espera de uma pessoa levando em consideração os papéis atribuídos ao seu sexo designado ao nascer.

Dessa forma, nossa experiência frente ao virtual da moda (MARRA, 2008) pode se tornar rica ao nos depararmos com um/a modelo considerado *exótico* posando para a fotografia que vislumbramos. Pois, ao fazer uso de um/a modelo com características *exóticas*, o cliente consegue se utilizar de sua imagem, gerando destaque à sua marca no mercado. No entanto, entendemos que o uso do termo *exótico* se torna problemático, já que confere a quem recebe esse rótulo uma posição de inferioridade frente aos demais modelos por justamente não possuírem os atributos considerados hegemônicos. Pois, apesar de a moda operar com a tentativa de inclusão, é importante lembrar que esses/as modelos só são selecionados em função de uma possível vantagem comercial.

Outra questão essencial a ser abordada é o fato de que durante essa pesquisa foi observado que o uso do termo androginia pelo mercado da moda aparenta ser uma forma de se abster das discussões sobre identidades de gênero. Pois, ao atribuir esse estereótipo a modelos que não se identificam com os gêneros binários – seja pessoas não binárias, de gênero fluído ou *gender capitalist* – o mercado da moda – veículos especializados, estilistas, as próprias agências de modelos – acaba por não dar voz e invisibilizar esse público, que apesar de pequeno, tem sua presença crescendo nas passarelas das *fashion week* e editoriais de moda.

⁷⁸ Após observação das redes sociais de Rain Dove (Instagram e Facebook), durante ao menos dois anos, percebemos que a/o modelo possui grande engajamento com a causa LGBTQ+. Ela/ele costuma postar conteúdos questionando os papéis de gênero bem como apoiando causas antirracistas e antixenofóbicas.

Dito isto, é importante salientar que esta pesquisa não se propõe a ser uma verdade absoluta acerca de Rain Dove, de suas fotografias, do modo como a agência Major Model NY gerencia sua carreira e nem como o mercado da moda lida com modelos que não se encaixam num perfil hegemônico. O que esperamos é que esse trabalho contribua para a área acadêmica da comunicação, incentivando novos pesquisadores a desenvolverem trabalhos na área da fotografia e suas especificidades, sobre identidades de gênero e androginia, já que o campo da comunicação ainda carece de investigações que abordem esses temas, tanto em conjunto como individualmente.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos II**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.
- CASABLANCAS, John. **Vida modelo: aventuras e confidências do inventor de top models: biografia**. Rio de Janeiro: Agir, 2008.
- CÉSAR, Newton; PIOVAN, Marco. **Making of: revelações sobre o dia-a-dia da fotografia**. Brasília: Senac-DF, 2013.
- CODATO, Henrique; LOPES, Flor Marlene E.. Semiologia e semiótica como ferramentas metodológicas. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Método e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. São Paulo: Papirus, 1993.
- ELIADE, Mircea. **Mefistófeles e o Andrógino: comportamentos religiosos e valores espirituais não-europeus**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- HOLZMEISTER, Silvana. **O estranho na moda: a imagem nos anos 1990**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Método e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://www.diversidadessexual.com.br/wp-content/uploads/2013/04/G%C3%8ANERO-CONCEITOS-E-TERMOS.pdf>>
- KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. 4ª ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2012.
- LIBARDI, Margareth. **Profissão modelo: em busca da fama**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular: uma teoria da fotografia**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.
- MARRA, Claudio. **Nas sombras de um sonho: história e linguagem da fotografia de moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MARTINEZ, Fabiana Jordão. **O espelho de narciso** – corpos e textos do consumo. Campinas, 2003. Dissertação de Mestrado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas/Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2003.

_____. **De menina a modelo, entre modelo e menina**: gênero, imagens e experiência. Tese de Doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas/Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2009.

PALMEIRA, Lara Virgínia Saraiva. **A construção de uma modelo**: corpo, práticas e subjetividade. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2013.

_____. Reflexões sobre a profissão de modelo: a categoria do exótico na moda e na Antropologia. **Revista Dobras**, São Paulo, v.11, n.23, páginas 182-196, Maio de 2018.

PENN, Gemma. Análise semiótica de imagens paradas. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual. Petrópolis: Vozes, 2008.

PLATÃO. **O Banquete**. Porto Alegre: L&PM, 2009.

SALIH, Sara. **Judith Butler e a teoria Queer**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

SHORT, Maria. **Contexto e narrativa em fotografia**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

SINGER, June. **Androginia**: rumo a uma nova teoria da sexualidade. São Paulo: Cultrix, 1990.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. Mito, moda e os videoclipes. In: SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **O corpo representado**: mídia, arte e produção de sentidos. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

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

VILLAÇA, Nízia. **A edição do corpo**: tecnociência, arte e moda. São Paulo : Estação das Letras e Cores Editora Ltda., 2011.