

A INTERPRETAÇÃO DA BELEZA NA CRIAÇÃO FOTOGRÁFICA EM MODA

THE INTERPRETATION OF BEAUTY FOR PHOTOGRAPHY IN FASHION

Murilo Alves de Almeida Ito¹

Rodrigo Pereira de Souza²

Luciane Carneiro³

ITO, M. A. A.; SOUZA, R. P.; CARNEIRO, L. A INTERPRETAÇÃO DA BELEZA NA CRIAÇÃO FOTOGRÁFICA EM MODA. *Akrópolis*, Umuarama, v. 16, n. 1, p. 53-59, jan./mar. 2008.

RESUMO: O presente trabalho procura elucidar o processo de análise interpretativa entre sujeito (espectador) e objeto (fotografia de moda), levando em consideração fatores inerentes à construção da arte fotográfica. A experiência estética é o ponto chave. Compreendê-la responde ao que ocorre conosco frente às belas imagens fotográficas de moda. Determinar a origem do significado da expressão "estética" e suas diversas aplicações ao longo do tempo, classificando seus limites, também se faz necessário.

PALAVRA-CHAVE: Fotografia; Moda; Arte; Estética; Beleza.

ABSTRACT: This article elucidates the process of interpretative analysis between subject (spectator) and object (fashion photograph) by taking into consideration inherent factors for the building up of the photographic art. The aesthetic experience is the key point. Understanding it answers to what occurs with us in front of the beautiful photographic images of fashion. To determine the origin of the meaning of "the aesthetic" expression and its diverse applications throughout time, classifying its own limits, is also necessary.

KEYWORDS: Photography; Fashion; Art; Aesthetic; Beauty.

¹Bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) – UNIPAR – Especialista em Gestão de Moda – UNIPAR.

²Bacharel em Moda – CESUMAR – Especialista em Gestão de Moda – UNIPAR.

³Especialista em Design de Moda – UEL – Docente do curso de Tecnologia em Moda – UNIPAR – Coordenadora da Pós Graduação em Gestão e Design de Moda – UNIPAR.

Recebido em Maio/2008
Aceito em Julho/2008

INTRODUÇÃO

Este trabalho propõe-se a compreender o universo da beleza na criação fotográfica em moda, em harmonia com os princípios da estética. Entretanto, é imprescindível determinar a origem do significado da expressão “estética”, ora freqüentemente mal interpretado e, por vezes, mal atribuído. A confusão que muitos fazem ao contextualizar o termo estética, correlacionado exclusivamente com as atividades e técnicas de cuidados especiais ao corpo e à face, utilizando as inúmeras inovações da crescente indústria de cosméticos, torna esta abordagem relevante, como documento de esclarecimento dos pontos a serem considerados na análise e concepção das imagens fotográficas em moda, e ainda, objetiva esclarecer o termo “estética” no seu conceito filosófico.

Vale lembrar que o substantivo estética designa atualmente, qualquer conjunto de idéias (filosóficas) com o qual se proceda uma análise, investigação ou especulação a respeito da arte e da beleza. Ou seja, estética é parcela da filosofia (e também mais modernamente, da psicologia) dedicada a compreender sentidos e significados para aquela dimensão da vida, na qual o homem experiencia a sensação de beleza. Podemos afirmar que estética é a “ciência” da beleza.

Para Duarte Jr. (1991), na antiga Grécia, o estudo do belo não fazia parte do pensamento a respeito dos produtos do trabalho humano, como se faz atualmente. Na época, o conceito do belo estava especificamente ligado à (divina) noção de Bem, em particular, para Platão e Plotino. As obras de arte eram objeto de consideração da poética, que na época, era ciência ou arte de produção. Aristóteles (500 a.C.), em sua obra denominada Poética, contribuiu com um dos primeiros estudos registrados sobre a qualidade dos simulacros (dispositivos de simulação) em que também se enquadra a fotografia, bem como sua função estética, política, social e religiosa.

Apenas por volta de 1750 d.C. é que os conceitos de estética e de beleza foram associados. Quem o fez pela primeira vez foi o filósofo Baumgarten. Posteriormente, Immanuel Kant, outro filósofo dele contemporâneo, ocupou-se também a empregar a denominação “estética” para o estudo da beleza, no sentido que chegou até nossos dias.

Embora tenha como ponto de partida a análise da tragédia, é sabido que para o homem grego, a arte poética não era limitada, como é hoje, à literatura. Pois todo poeta, do grego poietes, que significa aquele que faz, e poética, do grego poiesis, que significa capacidade criadora; assim todo poeta

era um artesão, que criava, executava e realizava. E sua área de atuação abrangia diversas instâncias do conhecimento, desde o artesanato à música, pintura, artes dramáticas e literárias.

Mas, para adentrar a esfera estética e ser chamado de artista, (tal como hoje conhecemos o significado), era preciso mais, era preciso transmitir sentimentos com sua arte. “Estética” vem do grego, *aisthesis*, que significa sentir.

FOTOGRAFIA

Do grego *photo*, que significa luz, e *graphia*, escrita. Portanto fotografia é a escrita da luz (CAMARGO, 1997). Desde o surgimento da primeira fotografia em 1826, pelos irmãos Claude e Joseph Nicéphore Niépce, inúmeros pioneiros geniais dessa arte se esforçaram, na tentativa de expandir os limites de sua aplicação com criatividade e talento. Inicialmente a fotografia foi designada para usos objetivos e realistas e se consolidou como documento de valor histórico inquestionável, pela precisão com que reproduzia os fenômenos da natureza. Philippe Dubois (1993), defendia o princípio de atestação. Que, de fato, a imagem fotográfica era a impressão física de um referente único. Traduzindo, podia-se dizer que no momento em que qualquer indivíduo que se encontrasse diante de uma foto, estaria diante de um documento que só poderia remeter à existência do objeto do qual procedia. Que era a própria evidência: por sua gênese, a fotografia testemunhava, necessariamente.

Posteriormente, o caráter meramente documental da fotografia viu nascer uma outra forma de enxergar o mundo sob o ponto de vista da preocupação estética nas imagens, o que antes não havia sido concebido. A dimensão da arte agora moldava os instantes fotográficos como bem resumiu Cartier-Bresson (2004), quando explicou que o ato de fotografar seria o de prender a respiração, quando todas as faculdades do ser humano se conjugassem diante da realidade fugidia; e seria neste momento que a captura da imagem se tornava uma grande alegria física e intelectual. Fotografar seria pôr na mesma linha de mira a cabeça, o olho e o coração.

Ainda na mesma linha de raciocínio, Rosalind Krauss expressou,

Montadas, emolduradas e dotadas de um título, as imagens entram hoje pelo caminho do museu, no terreno da reconstrução histórica. Podemos agora ler na parede da exposição esses objetos educadamente isolados, de acordo com uma certa lógica, lógica esta, que para legitimá-los, põe ênfase em seu caráter de representação no espaço discursivo da arte (KRAUSS, 2003, p.43).

Com o surgimento da revolução industrial e sua reprodução mecânica repetitiva, a discussão fotográfica se ateve acerca das reflexões sobre a “obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, ensaio de Walter Benjamim, o qual se encarregou de distinguir a originalidade de uma obra de arte pela sua condição única e a posterior perda dessa “aura” nos processos de produção da cultura de massa.

Em suma, é importante salientar que o público sofre a influência da comunicação de massa, mas em contrapartida também influencia inversamente na determinação de novos padrões pois, na medida em que cada indivíduo vivencia mudanças sócio-culturais, tem a possibilidade de influenciar a construção de um novo padrão.

MODA

Moda e vestuário não são sinônimos. Vestuário ou indumentária é qualquer objeto usado para cobrir certas partes do corpo. Moda é mais complexa. Segundo escreveu João Braga (2005), a moda seria modo, seria maneira, seria comportamento. A origem da palavra é latina, que vem de *modus* traduzida exatamente como “modo”. Discutir sobre moda não seria discutir somente a maneira de se vestir. O “estar na moda” seria muito mais abrangente, visto que poderia estar associado à arquitetura, à decoração, a uma atitude de vida, a um hábito, a lugares, etc. No entanto, quando se menciona sobre moda, imediatamente se estabelece uma relação com as questões de se vestir num determinado padrão vigente.

Até o início do século XX a moda era retratada em revistas específicas, por meio de ilustrações feitas por desenhistas atentos com à reprodução perfeita dos códigos indumentários da época. A pioneira no uso da fotografia de moda foi a revista norte americana *Vogue*, em 1892.

Até a década de 40, a moda foi estritamente ligada à alta costura. A fotografia de moda era a representação do fausto desse universo, com poses idênticas às pinturas renascentistas. No pós-guerra, a moda francesa ganhou vigor. Os fotógrafos começaram a dominar gradativamente as linguagens diversas que envolvem a criação fotográfica.

Da interação do poder da comunicação – fotografia, cinema e televisão – do poder da moda e o poder do novo, se desenvolve a dinâmica cíclica da fotografia de moda: o consumismo.

CONSIDERAÇÕES ACERCA DA BELEZA, ESTÉTICA E ARTE

Em seu minidicionário da língua portuguesa, Silveira Bueno (2000, p. 117) define beleza como formosura, beldade, encanto. Beleza é uma percepção individual caracterizada normalmente pelo que é agradável aos sentidos. Esta percepção depende do contexto e do universo cognitivo do indivíduo que a observa. Através da história da humanidade, a relação com a beleza tem sido freqüentemente religiosa ou mística-transcendente, logo, a beleza foi considerada muitas vezes como aquilo que se aproximada da “Divindade”.

Porém, uma questão que deve ser evidenciada é que os termos “forma”, “estilo”, “estética”, “arte” e “beleza” se emaranham e se confundem na trajetória temporal das definições filosóficas. Observa-se que “arte” e “beleza” (e seus respectivos adjetivos) encontram por vezes seu emprego como sinônimos. Os termos “estilo” e “forma” geralmente acompanham algum tipo de menção complementar, ora à arte, ora à beleza. Benedito Nunes (1991) assinalou a especificidade de tais domínios dizendo que, na acepção ampla para a qual todas essas correntes confluem, a Estética pertence, tanto à filosofia do Belo, como à filosofia da Arte. Precisa-se, no entanto, distinguir entre Estética e Filosofia da Arte. Rigorosamente, o domínio dos fenômenos estéticos não estaria circunscrito apenas pela arte, embora encontre nesta a sua manifestação mais adequada. Mas, por outro lado, a Arte excede, em muito, os limites das avaliações estéticas. Modo de ação produtiva do homem, ela seria denominada como fenômeno social e parte da cultura.

A linguagem corrente (e também um certo número de especialistas) legitimam o uso do termo “estética” como sinônimo de teoria da arte, enquanto outros autores insistem em diferenciar a reflexão sobre a beleza (estética) do pensamento sobre a arte.

O filósofo Herbert Marcuse (1984) deflagrou uma acerba crítica à postura mais ortodoxa e economicista dos que acreditavam que o termo “beleza” devia inclinar-se para a objetividade, racionalidade ou cientificidade. Ele criticou a estética marxista por ter rejeitado firmemente a idéia do Belo, a categoria central da estética “burguesa”. Ele admitiu que parecia realmente difícil associar este conceito à arte revolucionária; parecia irresponsável e esnobe falar do Belo face às necessidades da luta política. Além disso, as instituições haviam criado e vendido efetivamente a beleza sob a forma de pureza e suavidade plásticas – uma extensão dos valores

de troca em relação à dimensão estético-erótica. No entanto, em contraste com tais realizações conformistas, para ele, a idéia da Beleza aparecia freqüentemente ligada aos movimentos progressistas, como um aspecto da reconstrução da natureza e da sociedade.

João Francisco Duarte Jr. (1991) defendeu que a Beleza não dizia respeito às qualidades dos objetos mensuráveis, quantificáveis e normatizáveis. Dizia respeito à forma como nos relacionamos com eles. Beleza é relação (entre sujeito e objeto). Sujeito é o que sente e experiencia a beleza, e objeto, a obra de arte em si (fotografia, cinema, pintura, teatro, dança, poesia, literatura e música).

Ele ainda explicou que o ser humano mantém o relacionamento com os objetos do mundo sob duas formas de intencionalidade: O “prático” (foco de interesse na função) e “estético” (foco de interesse na forma, na aparência).

“Os objetos não tem apenas utilidade, mas estilo” (DUARTE JR., 1991, p. 11).

Variadas são as facetas que a beleza da arte incorpora para manifestar sua expressão. Para Suzanne Langer (1980), a arte seria a criação de formas perceptivas expressivas do sentimento humano. O artista não diz, ele mostra. A arte é quase um símbolo dos sentimentos.

Antes da fotografia só havia a pintura. O surgimento do aparato tecnológico que “fazia” paisagens instantaneamente preconizou o fim da manifestação que utilizava tinta e pincel. Questões sobre a fotografia ser ou não arte borbulharam aos quatro cantos. Benjamin (1987) assinalou que no passado, muito se havia escrito de maneira sutil como estéril, sobre as questões de saber se a fotografia era ou não uma arte, sem que se colocasse sequer a questão prévia de saber se a invenção da fotografia não havia alterado a própria natureza da arte.

Diante de tal citação, nos resta entender que o conceito sobre a definição do que é ou não arte, fica enevoado nos meandros da própria evolutiva metamorfose da humanidade. Tudo parece relativo, assim como postulava Einstein. O que podemos afirmar é que a beleza da arte não é uma qualidade objetiva que certos objetos possuem. Se assim fosse, qualquer pessoa contemplando tais objetos deveria considerá-los belos, o que não ocorre. O que é belo para um não é para outro. Decisivamente beleza não se encontra nas coisas e sim na maneira como as interpretamos.

COMUNICAÇÃO X EXPRESSÃO

Antes de passarmos às considerações finais,

cabe ressaltar a diferença entre “comunicação” e “expressão”. “A comunicação diz respeito à transmissão de idéias e significados conceituais com a menor ambigüidade possível. A expressão refere-se à indicação de sentimentos. A ambigüidade é inerente à expressão, que solicita um esforço interpretativo de quem a percebe” (DUARTE JR. 1991. p. 24).

Realizar a análise minuciosa de uma imagem, seja de moda, ou de qualquer outra, exige a aplicação da semiótica, ciência que estuda os signos. Entende-se por signo um representamen, algo que está no lugar de outro. Tal análise tenta estabelecer um paralelo entre dois pontos: a referência (significante) e o conteúdo material da imagem (significado). Resumindo: a imagem (o que ela mostra) e seu conteúdo (o que ela significa).

Kátia Castilho, Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, definiu:

Por se constituir como um aparato teórico e metodológico que pretende dar conta da significação e da comunicação, além das especificidades intrínsecas de determinados objetos textuais, a semiótica aproxima-se demasiada e positivamente das produções de textos e de discursos realizadas em nosso mundo contemporâneo. No caso da moda, seus textos/objetos-roupas passam pelo crivo de leituras que extrapolam a sua funcionalidade e adentram às questões de sua valoração subjetiva, quer pela eleição de grupos que atribuem à roupa determinados valores agregados, quer pela identificação do sujeito usuário de um objeto que lhe aporta determinados traços de identidade. Por esse caminho, os discursos-objetos da moda desvelam-se para o estudo dos constituintes significantes da comunicação propostos pela linguagem da moda e, aqui, ela recebe o estatuto de estudos da cultura. Os significantes dos objetos e dos textos, de modo em geral, são os traços que possibilitam a apreensão do sentido do ponto de vista da percepção, como os significantes que se atrelam diretamente à sensorialidade: os visuais, gestuais, auditivos, táteis, olfativos e os gustativos (CASTILHO, 2005, p. 52).

Trabalhar com a semiótica é trabalhar com símbolos. A comunicação e a expressão, ambas, manifestam-se através de simbologias. Dentro desse contexto, Duarte Jr. (1993) reconheceu que o ser humano dialoga entre duas dimensões básicas: a esfera dos sentimentos (das experiências, das vivências) e dos símbolos (do pensamento, da reflexão) propriamente dito. Ele explicou que há um jogo dialético que se processa em nós, entre os sentimentos e as simbolizações. Isto é: podemos pensar, refletir sobre nossas vivências (e até podemos organizá-las) através dos sistemas simbólicos que empregamos, e o sistema fundamental seria

a linguagem. Desde o nascimento o mundo se apresenta a nós como uma miríade de estímulos que penetram por nossos órgãos sensores, e através, basicamente, da linguagem aprendemos a ordenar e classificar tais sensações e, desta forma, dar à vida e ao mundo um sentido que nos permite nele viver.

A IMAGEM

Jacques Aumont, em seu livro intitulado “A imagem”, reconheceu as dificuldades de se estabelecer uma definição para o termo, porém definiu o seu corpo de estudo como “as imagens que têm formas visíveis” (AUMONT, 1993, p. 13). Neste universo, ele incluiu a fotografia, o cinema e a pintura. Procuremos entender a imagem baseada nas suas formas visíveis. Ainda, Aumont (1993) traduziu o conceito de representação como um processo que institui um representante que, em certo conceito limitado, tomará o lugar do que representa – sendo isso que ele representa o próprio referente da imagem.

Roland Barthes (1984), em sua obra “Acâmara clara”, refletiu sobre essa relação entre imagem e referente, admitindo que a imagem carregava o referente consigo, estabelecendo com ele uma relação inseparável. Tal ligação entre referente e imagem vai ocorrer em graus diferenciados – o referente sendo citado de formas diversas por imagens diversas. O vínculo com o referente é o que determina a nossa percepção da ligação da imagem com a realidade.

Para Arnheim, os valores da imagem em sua relação com o real (AUMONT, 1993) podem ser de três formas: valor de representação – em que a imagem representa coisas concretas, com um nível de abstração inferior ao da própria imagem valor de símbolo – em que a imagem representa algo com um nível de abstração superior ao da própria imagem, coisas abstratas; um valor de signo – quando a imagem representa um conteúdo não visualmente refletido nela.

Assim, a principal função da imagem seria garantir, reforçar, reafirmar e explicitar a nossa relação com o mundo através da descoberta visual (GOMBRICH, apud AUMONT, 1993).

O conflito entre representação e verdade sempre estiveram presentes na produção cultural. Em entrevista a Virilo (1994), Auguste Rodin comentou a relação entre a arte – referindo-se à pintura e à escultura – e à fotografia – admitida como uma testemunha mecânica da realidade. O artista seria verídico e a fotografia mentirosa, pois na sua concepção, a realidade e o tempo não se deteriam jamais e, se o artista conseguia produzir a impressão de um gesto que se executava em diversos instantes,

sua obra era certamente bem menos convencional do que a imagem científica, em que o tempo era bruscamente suspenso.

Para Rodin, a fotografia tentava criar a impressão de estar capturando o real, o instante. Essa impressão seria falsa, uma vez que, segundo ele, a fotografia era considerada atemporal, pois, recolocava o momento, retirando-o de contexto. O congelamento do tempo da imagem, pela fotografia, falsificava a temporalidade.

Soa paradoxal, já que, ao mesmo tempo que a fotografia recorta aquele dado momento espaço/tempo, ela caminha entre o fluxo da história, passado e presente e se torna atemporal, justamente pela possibilidade de estar presente em todos os outros instantes possíveis.

A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NA ANÁLISE FOTOGRÁFICA

A experiência estética decorre numa atmosfera afetiva, pois o ser humano é um ser sensível, captando cognitivamente os objetos que o rodeiam através dos seus sentidos, manifestando sentimentos de alegria, de júbilo, de prazer, face a estes, quer sejam de origem humana ou natural, valorizando-os afetivamente, atribuindo-lhes valor estético e elevando-os do plano da utilidade para o plano da contemplação estética. Através da contemplação estética, o sujeito participa ativamente na contemplação do objeto, interpretando-o subjetivamente, criando ou recriando o objeto na sua psique, experimentando prazer, por vezes de tal forma intensa, que transcende para um outro cosmos subjetivo, criado pela sua mente e pelos seus sentimentos, permanecendo alheio e alterno ao mundo real.

Duarte Jr. (1991) definiu o termo “experiência estética” como sendo a nossa (humana) experiência, face a determinados objetos que percebemos e sentimos como belos. E o diálogo se daria sem a presença de um interlocutor, ocorrendo entre uma pessoa e os seus próprios sentimentos.

A beleza não está no objeto observado e nem em quem o observou. Está na relação entre ambos. A experiência do belo é um tipo específico de relação que mantemos com o mundo. O espectador diante da obra dialoga com os seus sentimentos e, num ir e vir de sensações, imagens e memórias, encontra-se consigo mesmo.

Duarte Jr. ainda especificou,

... a experiência estética solicita uma mudança na maneira pragmática de se perceber o mundo. Esta experiência (e também o trabalho científico

ou filosófico) constitui-se, segundo o termo empregado por alguns autores, um “enclave” dentro da realidade cotidiana. A experiência do belo é uma espécie de parêntese aberto na linearidade do dia-a-dia (DUARTE JR., 1991, p. 33).

A experiência prática, aquela do dia-a-dia, pode ser considerada algo oposta à experiência estética, pelo seu pragmatismo e utilitarismo. Nossa maneira de perceber o mundo, desde o nosso nascimento, dá-se primeiramente por meio dos estímulos que captamos, por meio de como sentimos nossas vivências. Com o aprendizado da língua, sentimos e rapidamente ordenamos, classificamos, nomeamos os nossos sentimentos. O que ocorre, normalmente, é que nossa vivência cotidiana tem muita pressa em colocar cada coisa em seu devido lugar e nos priva do sabor do sentimento e das sensações.

Com o intento de criar uma abertura, um parêntese no nosso cotidiano, realizaremos a análise das imagens do fotógrafo Fernando Louza, sob a direção do estilista brasileiro Jun Nakao, publicada no livro *A Costura do Invisível* e apresentada em desfile homônimo, realizado no Brasil na semana de moda - São Paulo Fashion Week, 2004.

Inicialmente a cor é o fator primeiro que se destaca aos nossos olhos. Cor ou ausência de cor. Percebemos o mundo colorido. No caso da fotografia preto-e-branco (P&B) uma outra conotação se instaura. Utilizar P&B é falar em outra frequência. É suspender o senso de realidade. É abarcar num outro universo. É chamar a atenção para outros detalhes. É rememorar o passado.

A confecção das roupas de Nakao seguiu referências estéticas do século XIX. A transparência do material com seus rendados, o aspecto artesanal e a fragilidade das formas remetem aos monges da Era Heian (742 - 1192) e aos samurais do período Kamakura (1192-1333), que se protegiam do frio com roupas de papel costuradas com fios de seda, consideradas sublimes, simbolizando uma vida simples, humilde e efêmera.

A genialidade da composição fotográfica fica evidente quando nos concentramos nos esquemas de iluminação. Não seria possível perceber os detalhes da roupa se a luz não tivesse sido minuciosamente trabalhada. Percebem-se dois focos de luz: um da direita, que acentua mais a silhueta da modelo e outro foco de luz vindo da esquerda, com posicionamento um pouco mais frontal, valorizando totalmente o “look”. O jogo de sombras é espetacular. Na parte de trás, notam-se as fontes de luz saindo da própria rosácea arquitetônica construída em papel. Fabulosamente.

A postura das modelos é outro ponto chave. A suavidade com que é transmitida a expressão. Na figura 1, a face levemente inclinada conota reflexão. Na figura 2, a face reta e o olhar direto para o espectador conota igualdade e cumplicidade. A posição gestual das mãos confere glamour. Vale destacar que a opção pela roupa preta aderida à pele das modelos garantiu toda a sofisticação e visualização dos detalhes da roupa.

Na cabeça encontram-se perucas moldadas em resina plástica, fazendo uma alusão aos bonecos Playmobil. Na década de 80 esses brinquedos se estabeleceram como fenômeno de vendas mundial. Playmobil é uma linha de produtos produzidos pelo grupo Brandstätter (Geobra Brandstätter GmbH & Co KG), sediado em Zindorf, na Alemanha.

Segundo Nakao (2005), essa abordagem é uma crítica ao sistema de produção em massa, no qual os próprios seres humanos são vistos como produtos em série.

Finaliza-se, portanto, a análise da manifestação artística de objetos de moda que dialogam com momentos históricos, arquitetônicos, fotográficos, de desenho, artes plásticas e muita criatividade e transpiração.



Foto: Fernando Louza – publicado em livro *A Costura do Invisível*, Jun Nakao - ed. 1 – ano 2005 – Fig. 1

Foto: Fernando Louza – publicado em livro *A Costura do Invisível*, Jun Nakao - ed. 1 – ano 2005 – Fig. 2

Roland Barthes (1984) acreditava que a fotografia não rememorava o passado, que não havia nada de proustiano em uma foto; que o efeito que ela produzia nele não era o de restituir o que é abolido, pelo tempo ou pela distância, mas de atestar que o que ele via, diante da fotografia, de fato existira. Esse efeito era verdadeiramente escandaloso. A fotografia sempre o espantava, com um espanto que durava e

se renovava, inesgotavelmente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de tudo que vimos, fica evidente que o processo de interpretação de uma imagem não é tarefa simples, mas também não impossível. Precisamos levar em consideração inúmeros fatores intrínsecos envolvidos, na leitura e composição da sintaxe visual de uma imagem.

Independentemente de a fotografia ser considerada verdade ou não. Filosoficamente classificada como temporal ou atemporal. A grande lição que aprendemos talvez seja deixar certas vezes a sisuda racionalidade cotidiana dar lugar ao sentimentalismo inerente a todo ser humano.

Contemplar a beleza da natureza com suas maravilhosas paisagens. Pôr-do-sol cintilante. Campos verdejantes. Povos pujantes. Culturas estonteantes. E por que não apreciar a fotografia da manifestação cultural e artística da roupa que envolve e protege seus corpos? Seja documental ou conceitual. Óbvia ou obtusa. Seja denotativa ou conotativa. Colorida ou preto e branco. Seja de tecido ou de papel. Utilitária ou estética. Desde que seja única e bela, considerando que a beleza nada mais é que um componente que habita a relação. Nem feia, nem bela, apenas relativa e diferente.

Nakao (2005) ao final do desfile, rompeu com os paradigmas culturais, rasgando todas as roupas. Um esforço de mais de 700 horas de trabalho que durou apenas 15 minutos, mas que ficou eterno na memória e nos registros fotográficos. A moda é efêmera.

Estamos submersos em uma cultura de massa capitalista que visa a produção a qualquer custo. Positivo ou negativo, quem pode definir? O mercado se faz importante. A economia do país se faz necessária. Não podemos negar o setor da moda como um dos maiores na participação do PIB no cenário brasileiro e mundial. Para que as vendas ocorram é preciso anunciar, comunicar.

Comunicar ou expressar? Não importa. Talvez o que importe verdadeiramente é não se preocupar com tanta racionalidade. Ou melhor, que a racionalidade não interfira na criatividade. Já que os produtos e serviços precisam vender, que ao menos o façam com arte. Que ao menos nos proporcionem uma experiência estética, frente a erros crassos de expressão publicitária, corriqueiros em anúncios de moda.

Que os anunciantes contratem artistas para que promovam os “enclaves” dentro de nossa

realidade cotidiana, conferindo sentido que nos permita viver nesse ir e vir de sensações que nos completa. Assim como Nakao o fez. “A obra de arte não possui nenhuma utilidade a não ser aquela para a qual é construída – proporcionar a experiência estética” (DUARTE JR., 1991, p. 42).

Vivamos com arte.

REFERÊNCIAS

- AUMONT, J. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.
- BARTHES, R. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BENJAMIN, W. **Obras escolhidas 1**: magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- BRAGA, J. **Reflexões sobre moda**. 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005. v. 1.
- BUENO, S. **Minidicionário da língua portuguesa**. São Paulo: FTD, 2000.
- CAMARGO, I. A. **Reflexões sobre o pensamento fotográfico**. Londrina: Eduel, 1997.
- CARTIER-BRESSON, H. **O imaginário segundo a natureza**. Barcelona: G. Gili, 2004.
- CASTRO, Claudio M. **A prática da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- CASTILHO, K. **Discursos da moda**: semiótica, design e corpo. 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: M. Fontes, 1993.
- DUARTE JUNIOR, J.-F. **O que é beleza**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- DUBOIS, P. **O ato fotográfico**. Campinas: Papirus, 1993.
- KRAUSS, R. **O fotográfico**. Barcelona: G. Gili, 2003.
- KUBRUSLY, C. A. **O que é fotografia**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- LANGER, S. **Sentimento e forma**. São Paulo: Perspectiva, 1980.
- MARCUSE, H. **A dimensão estética**. São Paulo: M. Fontes, 1984.
- NAKAO, Jun. **A costura do invisível**. São Paulo: Senac: 2005.

UNIVERSIDADE PARANAENSE

PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

Mestrado em Educação

Unipar / Unesp (Minter)

Recomendado pela Capes

Público Alvo:

Destina-se aos portadores de diploma de Curso Superior, de duração plena.

Área de concentração e linhas de pesquisas

• Área de Concentração 1 - Ensino na Educação Brasileira

Linha 01 - Ensino, Aprendizagem Escolar e Desenvolvimento Humano

Linha 02 - Educação Especial no Brasil

Linha 03 - Abordagens Pedagógicas do Ensino de Linguagens

• Área de Concentração 2 - Políticas Públicas e Administração da Educação Brasileira

Linha 01 - Política Educacional, Gestão de Sistemas Educativos e Unidades Escolares

Linha 02 - Filosofia e História da Educação no Brasil

Informações:

Secretaria de Pós-Graduação *Stricto Sensu*

Tel: 44 3621-2885 e/ou 44 3621-2828,

ramais 1285 e 1350

e-mail: mestrado@unipar.br

www.unipar.br

