



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO**

LARISSA DANDARA ARAÚJO BARBOSA

**A GLAMOURIZAÇÃO DOS VÍCIOS NO EDITORIAL DE MODA "SUPERMODELS
ENTER REHAB"**

**CAMPINA GRANDE
2023**

LARISSA DANDARA ARAÚJO BARBOSA

**A GLAMOURIZAÇÃO DOS VÍCIOS NO EDITORIAL DE MODA "SUPERMODELS
ENTER REHAB"**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado a Coordenação /Departamento do Curso Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em Jornalismo.

Área de concentração: Produção Jornalística.

Orientadora: Profa. Dra. Agda Patrícia Pontes de Aquino

**CAMPINA GRANDE
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

070.1 Barbosa, Larissa Dandara Araujo.
A glamorização dos vícios no editorial de moda " Supermodels enter Rehab " [manuscrito] / Larissa Dandara Araujo Barbosa. - 2023.
18 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Profa. Dra. Agda Patrícia Pontes de Aquino, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Fotografia de Moda. 2. Revista. 3. Editorial. I. Título

21. ed. CDD B238g

LARISSA DANDARA ARAÚJO BARBOSA


**A GLAMOURIZAÇÃO DOS VÍCIOS NO EDITORIAL DE MODA "SUPERMODELS
ENTER REHAB"**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado a Coordenação /Departamento do Curso Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em Jornalismo.


Área de concentração: Produção Jornalística.

Aprovada em: 28 de junho de 2023.

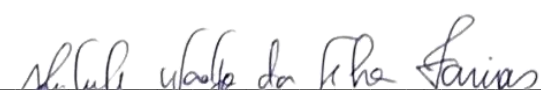
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Agda Patrícia Pontes de Aquino (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Rostand Melo
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profa. Dra. Michelle Wadja
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, DEDICO.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	1
2	FOTOGRAFIA DE MODA	2
2.1	Sedução na fotografia de moda através da glamourização da estética nos editoriais	4
3	REVISTAS DE MODA	5
3.1	Vogue Itália	6
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	12
	REFERÊNCIAS	13

A GLAMOURIZAÇÃO DOS VÍCIOS NO EDITORIAL DE MODA "SUPERMODELS ENTER REHAB"

Larissa Dandara Araújo Barbosa¹
Agda Patrícia Pontes de Aquino²

RESUMO

Para além da estética, é necessário observar como a moda se relaciona com a sociedade e qual a responsabilidade da fotografia dentro do contexto dos editoriais de revistas de moda, publicações consolidadas que demonstram influência. Este trabalho analisa o ensaio fotográfico "SuperModels Enter Rehab", editorial clicado sob as lentes do fotógrafo Steven Meisel e publicado em Julho de 2007, na revista *Vogue* Itália. Através do *glamour* presente nos elementos visuais, o editorial que conduziu modelos a posarem em uma clínica de reabilitação torna evidente certa romantização dos vícios, principalmente entre celebridades. A leitura da construção do sentido da imagem é analisada a partir de autores como Joly (1994), Barnard (1996) e Barthes (1997), associada à observação como itens de indumentária, predominância na paleta de cores da fotografia, da direção criativa relacionada às poses dos modelos e também a ambientação, trazendo uma reflexão acerca do propósito desses itens e como eles se relacionam no editorial em questão.

Palavras-chave: Fotografia de Moda. Revista. Editorial.

ABSTRACT

In addition to aesthetics, it is necessary to observe how fashion relates to society and what is the responsibility of photography within the context of fashion magazine editorials consolidated publications that demonstrate influence. This article analyzes the photo essay "SuperModels Enter Rehab", an editorial clicked under the lens of photographer Steven Meisel and published in July 2007, in *Vogue Italia* magazine. Due to the glamor present in the visual elements, the editorial that led the models to land in a rehabilitation clinic shows a certain romanticization of addictions, especially among celebrities. The reading of the construction of the meaning of the image is analyzed from authors such as Joly (1994), Barnard (1996) and Barthes (1997), associated with the observation from the clothing items, the predominance in the color palette of the photograph, the creative direction related to the poses of the models and also the setting, bringing a reflection about the purpose of these items and how they are related in the editorial in question.

Keywords: Fashion Photography. Magazine. Editorial.

1 INTRODUÇÃO

Editoriais fotográficos caracterizam-se como agentes de papel fundamental de meio de comunicação e transmissão de determinada mensagem. A fotografia

¹ Graduanda em Jornalismo - Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), euldandara@gmail.com

² Doutora em Educação – Universidade Federal da Paraíba (UFCG),
agdaaquino@servidor.uepb.edu.br

associada a moda está muito além da apresentação de conteúdo, trata-se do registro documental de uma tendência, de determinada época, acontecimento social e até mesmo de alguma tragédia.

Segundo Martine Joly (1994, p.1) “somos consumidores de imagens; daí a necessidade de compreendermos a maneira como a imagem comunica e transmite as suas mensagens”, verificando o recorte dos editoriais fotográficos de revistas de moda, é possível observar a relevância através do detalhamento do conceito e a escolha dos elementos, que podem ser analisados como um dicionário repleto de significados. Cores, adornos, cenários, poses e roupas constituem a linguagem visual e a comunicação implícita que reforça a ampla significância do discurso fotográfico.

Objetivando retratar não só elementos, mas a disseminação de um estilo de vida, muitas vezes, o universo da alta moda perpetua padrões destrutivos e tendenciosos através da glamourização presente nos elementos que são inseridos na montagem fotográfica, desde o cenário até o padrão das modelos e os *looks* utilizados. Ainda que padrões estéticos venham sendo constantemente discutidos em meios de comunicação e mídias sociais, é necessário analisar como a fotografia de moda, como instrumento narrativo e discursivo de impacto na sociedade, se utiliza dos elementos visuais para a romantização de situações originalmente trágicas.

Nesta pesquisa, busca-se investigar a problemática da glamourização dos vícios na fotografia de moda, identificando os elementos de atribuição de sentido que trazem essa percepção através da fotografia e a potencialidade imagética enquanto emissora de uma mensagem.

Para identificação dos elementos visuais como emissores da mensagem, recorreremos a autores como Joly (1994), Barnard (1996) e Barthes (1997), a fim de compreender os contextos de interpretação da fotografia de moda. Para desenvolvimento da reflexão, o editorial de moda escolhido foi o "SuperModels Enter Rehab", edição da Vogue Itália sob fotografia de Steven Meisel, com critério de seleção para o posicionamento de referência da revista de moda a nível mundial. Já o editorial escolhido destaca-se pela temática que glamouriza a onda de reabilitação das celebridades, estampando a tendência na edição de julho de 2007. Serão analisados elementos visuais, atribuição de conceito, locação cenográfica e poder de reflexão crítico-argumentativo.

2 FOTOGRAFIA DE MODA

Historicamente, a moda se prova como grande influenciadora de padrões na sociedade. Isso acontece porque além da estética, as vestimentas e a tendência de consumo evidenciam algum processo social não estético, que na maioria das vezes está atrelado à forma de expressão. Segundo Malcom Barnard (1996), a moda e a indumentária representam a forma de diferenciar os indivíduos, declarando alguma forma de singularidade com ênfase no senso de identidade própria.

Para Simmel (1971), o entendimento da moda está associado à relação conflituosa entre a adaptação à sociedade e o afastamento individual das suas exigências, reforçando o pensamento de que a moda representa uma forma de comunicação. Nesse sentido, um exemplo de movimento que proporciona a visibilidade de como a moda se relaciona com a conjuntura social, é o fenômeno *punk* dos anos 70, que surge contrapondo identidades e posições sociais através da música e do estilo, com estética voltada a autonomia do indivíduo por meio de seu

estilo como forma de oposição à perspectiva elitista, ou seja, a cultura burguesa e o sistema capitalista.

Para além da linguagem fotográfica, é possível reconhecer que a atribuição da narrativa visual através das roupas também representa uma outra margem de relevância. Originalmente, uma roupa reflete, comunica e nos situa em identificação na sociedade. A possibilidade de enunciar também é avaliada por Braga,

A roupa não fala, mas nos diz muitas coisas. Inúmeros são os códigos das roupas que, ao serem decifrados, são capazes de transmitir informações, como por exemplo, as cores. Atualmente, no mundo ocidental, com a liberdade de expressão, as cores perderam muito das suas simbologias, mas, em outras épocas, já estiveram associadas às questões culturais como um verdadeiro diferenciador de condição social (BRAGA, 2008, p. 17).

O impacto visual através da imagem, no entanto, está presente na vida dos seres humanos desde a realidade pré-histórica, com registros históricos que comprovam os primeiros entendimentos de uma construção narrativa. Segundo Martine Joly,

No início, havia a imagem. Para onde quer que nos viremos, existe a imagem. Por todo o lado através do mundo, o homem deixou vestígios das suas faculdades imaginativas sob a forma de desenhos feitos na rocha e que vão desde os tempos mais remotos do paleolítico até a época moderna. (JOLY, 1994, p. 18)

Compreendendo a fotografia como um formato imagético para emissão de mensagens, os editoriais de moda ganham protagonismo através do conceito da realidade associada ao *fashion*. Ainda segundo Barnard (1996, p. 23), analisando a etimologia da palavra no anglo-saxão, o sentido original de *fashion* refere-se a fazer ou fabricar, o que torna a compreensão associada a atividades de um indivíduo, e não exatamente o que ele usa, compreensão que é popularmente atribuída. Com a identificação da fotografia de moda como instrumento de comunicação, é possível reconhecer que ambos se relacionam com o jornalismo.

Documentar percepções de mundo em diferentes contextos, com foco artístico ou realista, criativo ou convencional, conceitual ou de revolta, de cunho objetivo ou subjetivo, são diferentes vertentes que são abordadas sob clique de uma lente fotográfica associadas a determinado conceito editorial. O entendimento da fotografia de moda seria a união de finalidades que se complementam. A moda comunica à sua época, a fotografia documenta a sua época, com diferentes vertentes de associação. Souza e Custódio (2005) explicam que enquanto instrumento narrativo da moda, a fotografia, configura-se nos conceitos de moda editorial, tipicamente e as revistas, a fotografia publicitária, característica de anúncios e catálogos e a fotografia de cobertura.

Indiscutivelmente, a moda é uma indústria milionária no mercado internacional. Dados da revista Exame³ apontam crescimento de cerca de 11,4% ao ano, contribuição significativa para a economia. Considerando o consumo dos editoriais fotográficos, o consumo da imagem também influencia na economia. Para

³Dados disponíveis em: <https://exame.com/colunistas/bora-varejo/o-futuro-da-moda-no-brasil/amp/>. Acesso em: 12 jun. 2023.

entender o conceito dos editoriais de moda e as margens de interpretação que estruturam a mensagem, o reconhecimento da imagem à luz de Martine Joly (1996, p. 46) reforça a importância da percepção visual, ressaltando a simultaneidade aparente do reconhecimento do seu conteúdo e da sua interpretação. Marra (2008) entende a fotografia de moda como associação das roupas e acessórios com o respeito à formalidade da linguagem fotográfica.

2.1 Sedução na fotografia de moda através da glamourização da estética nos editoriais

O termo estética tem origem “do grego *aisthesis* ou *aestesis*, [...] [que] significa a capacidade de sentir o mundo, compreendê-lo pelos sentidos, é o exercício das sensações” (ALMEIDA, 2015, p. 134). Já com a noção filosófica de Alexander Baumgarten (1993), voltada à perfeição do conhecimento sensível, o conceito de beleza é voltado às sensações.

O sentir associado à estética do Belo levanta uma série de questões sobre o que é beleza e qual a referência de beleza está sendo atribuída. No que menciona a leitura da fotografia de moda como imagem estética, o pensamento de Barthes aborda a "Composição visual tratada (...) para impor um significado mais sutil e mais complexo do que aqueles permitidos por outros processos de conotação" (1980, p.18), trazendo a necessidade de analisar o significado à partir dos elementos, como a leitura da representação de uma documentação de cenários sob determinado contexto poetizado ou amenizado. Nesse sentido, será observado o editorial *SuperModels Enter Rehab*, com modelos posando em clínicas de reabilitação. Baudrillard (1976), define que corpos de modelos não são corpos, mas devem ser considerados uma forma, considerando que é possível ter a percepção de um corpo intertextual.

A glamourização da estética presente nos editoriais de moda deve ser compreendida como um elo enquanto formato de linguagem visual, considerando a criação dentro do contexto da expressividade de texturas em roupas, acessórios, poses e elementos, que constituem a abordagem argumentativa e moldam a forma que o consumidor de imagem se relaciona com esse objeto. De acordo com Marra (2009, p. 13), "é amplamente reconhecido que o fenômeno mais significativo para a estética do século XX foi a progressiva des-definição, típica desse século, do conceito de *ars* como *techné*"⁴.

Sob o olhar da arte associada a técnica para o fazer poético, é possível observar a glamourização presente na imagem de moda como um método estratégico de finalidades diversas. Nesse sentido, o olhar de Joly evidencia a perspectiva da imagem mediática e como ela se destaca em diferentes cenários

O uso contemporâneo da palavra imagem remete a maior parte das vezes para a imagem mediática. A imagem invasora, a imagem onipresente, aquela que criticamos e que faz ao mesmo tempo parte da vida quotidiana de cada um, é a imagem mediática. Anunciada, comentada, adulada ou

⁴A palavra arte surge do latim "*ars*", a interpretação da arte como "*techné*", segundo Aristóteles, se refere à (i) disposição ou potência (*dýnamis*), da alma (*psyché*) relacionada com a produção (*poiésis*), e portanto, pode ser compreendida como habilidade racional, isto é, uma espécie de habilidade ou hábito adquirido (*héxis*), relacionado ao fazer poético (*poiésis*). Disponível em: [https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/12029?locale=pt_BR#:~:text=Em%20Aristóteles%20C%20arte%20\(tekhne\),ao%20fazer%20poético%20\(poiésis\)%2C](https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/12029?locale=pt_BR#:~:text=Em%20Aristóteles%20C%20arte%20(tekhne),ao%20fazer%20poético%20(poiésis)%2C)

vilipendiada pelos próprios *media*, a imagem torna-se então sinônimo de televisão e publicidade. (JOLY, 1994, p. 14)

Alexander Liberman, diretor de arte da *Vogue* entre os anos de 1943 a 1962⁵ caracteriza a moda como o ornamento que decora a fotografia. Ainda que a construção de narrativas relevantes através da associação de peças à documentação fotográfica represente um guia para o sentido, cada indivíduo observa à sua maneira, transformando um editorial em um convite a interpretações diversas. Considerando que um ensaio fotográfico trata-se de um compilado de imagens que contam uma história e exploram um tema através de um conceito, não se deve subestimar o ensaio fotográfico e o poder da construção narrativa visual coesa atribuída por ela, bem como a glamourização através dos elementos que tornam essa percepção mais palpável. Ainda de acordo Joly, entendendo esses itens como signos para atribuição de sentido, a noção individual deve estar presente

Se os signos possuem uma estrutura comum, não é por isso que eles são idênticos: uma palavra não é a mesma coisa que uma fotografia ou que um vestido, um painel rodoviário, uma nuvem, uma postura, etc. E no entanto todos podem significar algo diverso de si próprios e constituir-se portanto como signos. (JOLY, 1994, p. 38)

Para ilustração e compreensão desse conceito dentro do contexto do editorial que será analisado, no próximo tópico será observado como as revistas de moda constroem a relação com o público que as consome.

3 REVISTAS DE MODA

Intimamente associadas à fotografia e à indústria da moda, as revistas de moda representam um veículo de comunicação essencial para desassociar a moda da futilidade, posicionando-a através da informação, apresentando tendências e influenciando o comportamento do leitor, levando em consideração as mudanças sociais e o acesso à informação que conscientiza e esclarece o consumidor imagético e de notícias.

A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação como de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. (JENKINS, 2006, p. 47)

De acordo com Blumer (1969), as revistas estabelecem relações significativas entre coisas que aparentam ser independentes na sua essência, sensibilizam os participantes na área da moda e impõem ordem, histórica ou estética. Nesse sentido, é perceptível que as revistas de moda evidenciam o apelo sonhador e estimulam o pensamento crítico, associando a relevância de uma problemática ao *glamour* através da estética. Barnard (1996) adota o conceito que

Moda e indumentária são, também, objeto de escrita; revistas e artigos da imprensa popular também lidam com moda e indumentária. (...) Essas revistas e artigos constroem roupas, *ensembles* e coleções, tornando-os cheios de sentido e

⁵Frase localizada na p.11 do livro "*Nas sombras de um sonho*".

comunicativos, ao escreverem sobre eles. (BARNARD, 1996, P. 140)

No recorte da glamourização presente no mundo *fashion*, o apelo a estética impecável com a associação de perfeição, as poses das modelos, a escolha da maquiagem e *looks* conceituais, é possível ter a percepção da romantização que é transmitida através da beleza em determinada situação. Marra levanta um conceito previamente abordado por Lagneau, observando que

A fotografia, para dar um exemplo, apresenta de modo direto um tubo de pasta de dente, mas, ao mesmo tempo, está em condições de re-presentá-lo como meio de bem-estar e de felicidade, porque a mulher fotografada ao lado dele sorri entusiasmada e satisfeita depois de tê-lo usado. (MARRA, 2008, p. 49)

A partir disso, é possível reconhecer que essas representações imagéticas e glamourizadas estão ligadas não só ao visual, mas também a percepção que é atribuída. Refletindo no cenário em que essas representações se encaixam, no tópico a seguir será apresentada também uma breve contextualização do editorial que conduz essa pesquisa.

3.1 Vogue Itália

No documentário "Franca Sozzani: caos e criação" a frase "Eu fiz o oposto do que era me dito para fazer"⁶ foi o direcionamento que posicionou a *Vogue* Itália, sob os 28 anos de direção criativa de Franca Sozzani. Pioneira em expor a relevância da comunicação editorial na sociedade da moda sob ótica mundial. Com efeitos disruptivos, a liberdade e ousadia editorial evidenciou pautas de racismo, diversidade, inclusão, feminismo, síndromes de beleza e outros. De acordo com Siegel (2012, p.16), "Um editorial é uma reportagem fotográfica sobre moda ou beleza planejada e realizada de modo a expressar a opinião e as atitudes do editor de moda da revista. "

Destacam-se "Edição em Curvas", com modelos plus size, "State Of Emergency", que remetia aos atentados terroristas nos EUA e o "SuperModels Enter Rehab", alusivo a celebridades sendo internadas em clínica de reabilitação, à ser analisado.

Ainda no documentário, nomes como Steven Meisel, fotógrafo do editorial, trouxe à tona a configuração da liberdade criativa com grandes riscos como sendo caótica para uma revista global e de grande porte, como a *Vogue* Italiana. Através da glamourização presente na fotografia, o editorial de julho de 2007 documenta uma situação significativa e catastrófica para nomes de celebridades como Lindsay Lohan, Paris Hilton, Amy Winehouse e Britney Spears. O ponto em comum que é pertinente a esta análise deve-se à dor dos vícios e a internação em clínicas de reabilitação para vícios.

Martine Joly (1996, p.57) afirma que a linguagem visual é diferente e sua segmentação para a análise mais complexa, já Barthes (1980, p.17) levanta que objetos que compõem uma cena fotografada são indutores comuns de associação

⁶A fala aspeada justifica o título do documentário "*Chaos e creation*", onde Sozzani reflete sobre a sua irreverência profissional e sobre como explorou a liberdade criativa na contramão do que era ideal. Documentário disponível em: <https://www.playpilot.com/br/movie/franca-chaos-and-creation/>.

de ideias, elucidando também a percepção de que "A própria pose do fotografado sugere a leitura se significados de conotação" (BARTHES, 1980, p.16) nesse sentido, a análise do editorial "SuperModels Enter Rehab" será dividida de forma denotativa e conotativa, a primeira a fim de avaliar os elementos que constituem a imagem no sentido literal, e no segundo momento, o enfoque conotativo, com atenção para o sentimento provocado por essas imagens.

Figura 1: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Esta primeira imagem escolhida foi fotografada numa Clínica de Reabilitação. A composição de cores é suave e o vestido da modelo se assemelha a um paetê festivo, em tom dourado terroso. No sentido conotativo, tons terrosos remetem ao campo, à terra, à perspectiva natural, o que nos propõe a sensação de aconchego e conforto. Já o tecido do vestido evidencia comemoração. Roach e Eicher afirmam que "linhas e cores contrastantes podem expressar um estado de espírito exuberante para outrem, e ainda reforçar o mesmo sentimento no usuário" (ROACH E EICHER, 1979, p.8). Um detalhe sobre os figurinos, que também é exposto no documentário, é que todos tinham de ser dos patrocinadores que eram *maisons* de luxo como Versace, Chanel, Gucci e Saint Laurent. A banheira pode comunicar a sensação de descanso e bem-estar. A leveza na maquiagem pode sugerir, associado à expressão de seriedade melancólica gera impressão de controvérsia na imagem. Tudo isso está descrito na imagem através de elementos explícitos que trazem essa percepção de glamourização da tragédia da reabilitação e a podem trazer a associação como tendência, ironizando o caráter problemático e enaltecendo o *glamour* presente através dos elementos da imagem. De acordo com Marra,

O extraordinário do resultado, ao qual se aludia anteriormente, está todo na felicíssima combinação de imagem e imaginário, de perfeição formal e sugestão conceitual que a imagem propõe. (MARRA, 2008, p.118)

Figura2: Supermodels Enter Rehab

Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Figura 3: Supermodels Enter Rehab

Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Figura 4: Supermodels Enter Rehab

Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

O cenário permanece sendo a Clínica de Reabilitação, as três figuras têm a característica de evidenciar elementos da natureza. Em posições de descontração e figurinos estilosos, as imagens trazem uma perspectiva tão jovial que transmitem a impressão de colegial, ambiente universitário. Com a interação entre os modelos, as figuras 2 e 3 proporcionam uma mensagem de conversa, troca, romance. Na figura 2, onde três dos quatro personagens estão fumando, é possível observar uma bota de salto alto e uma bolsa de luxo à margem da modelo, que fuma um cigarro e segura um cinzeiro, dando impressão de ação convencional cotidiana.

Já a figura 3 evidencia um casal em posição sugestiva a passeio. Ambos vestidos casualmente chiques, sob um cenário com luz natural e plantas em evidência, sugerindo um passeio no parque ou lugar de convivência e descontração. O fato de estarem abraçados e de mãos dadas sugere uma interação de intimidade ainda maior.

A figura 4 é um pouco mais emblemática, onde observamos uma modelo de suéter trabalhado em tricô, pernas de fora, em posição descontraída, calçando chinelo e chapéu de praia, enquanto segura uma cerveja em lata. Denotativamente, as imagens traduzem o cotidiano humano, com a estética glamourizada em roupas de luxo que distanciam o ensaio do conceito original atribuído a reabilitação, drogas, alcoolismo e dependência. Ainda que esses itens estejam presentes na imagem, a sutileza com a qual eles aparecem traz à tona diversão. Associada às roupas na tonalidade preto, que por se tratar de uma cor predominante escura, pode conduzir à imponência. É a relação entre a roupa e o que ela tem a dizer. O sentido da mensagem da moda associado à detalhes que constituem uma mensagem. Dentro dessa reflexão, é necessário pontuar Leach e a perspectiva de que "fora do contexto, itens de indumentária não têm 'sentido'".

Martine Joly (1996, p.37) classifica que "uma fotografia (significante) representando um alegre grupo de pessoas (referente) pode significar, de acordo com o contexto, *foto de família* ou, na publicidade, *alegria* ou *convivência* (significados).

Figuras 5: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Figura 6: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Figura 7: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Denotativamente, predominância de nudez comedida, couro, croco⁷, lantejoulas e até mesmo correntes, no cenário de um carro preto. As fotografias são constituídas esteticamente com conceitos visuais que remetem a estética de fotografia de *papparazi*, como a escolha do uso de equipamentos como lentes teleobjetivas, iluminação, ângulo, expressão de surpresa por parte das modelos e também o cenário atribuído ao movimento de sair do carro. Em todas as figuras, é possível observar determinada agressividade na expressão facial das modelos mulheres. Enquanto os homens expressam ar sombrio. Conotativamente, a informação é de sensualidade e revolta. Originalmente, o conceito do ensaio SuperModels Enter Rehab surge no contexto da onda das celebridades em centros de reabilitação, daí interpretamos a estética como sendo de revolta, de vida individual invadida. Portanto, podemos considerar que o fotógrafo Steven Meisel se distancia da romantização nas fotografias posadas e entrega o apelo voltado à invasão de privacidade em seu íntimo, pois as modelos também estão sem roupas íntimas. A paleta com predominância é sobreposição de tons escuros e metalizados também são elementos que propõem um discurso autoritário e rebelde através da imagem.

Logicamente, a percepção conotativa é peculiar a cada indivíduo, mas o consenso sendo discutido nessa pesquisa é a glamourização e a minimização de uma situação problemática. Segundo Barthes (1977, p.49), o " território comum dos significados da conotação é o da ideologia" e a análise realizada nessa pesquisa tem destaque nos elementos que constroem a linguagem visual.

Figura 8: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Figura 9: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Ainda na clínica de reabilitação, com ar sombrio, melancólico e paleta voltada ao verde na tonalidade fria, as figuras 8 e 9 transmitem uma perturbação conceitual. A linguagem visual se distancia do conceito abordado previamente e se aproxima da percepção manicomial, ainda que os elementos da alta moda estejam presentes. A figura 8 é enigmática e abre brechas para interpretações distintas, como a privação da liberdade, tendo uma modelo em posição acanhada. O contraste presente na extravagância das plumas de tonalidade preta também configura essa impressão de privação, presa em si mesma. O uso das plumas também nos traz

⁷Denomina-se "croco" a textura do couro encontrada na bolsa e jaqueta na figura 6. É uma textura que imita a pele de crocodilo, como a expressão sugere. Disponível em: [https://corello.com.br/p/textura-croco/#:~:text=Afinal%2C%20como%20é%20a%20textura,origem%20do%20nome%20"croco"](https://corello.com.br/p/textura-croco/#:~:text=Afinal%2C%20como%20é%20a%20textura,origem%20do%20nome%20). Acesso em 21 jun. 2023.

uma impressão saudosa da *belle époque*, no século XIX. O semblante do segundo personagem também levanta certa melancolia, sendo representado como um segurança. Já a figura 9, à primeira vista, observa-se uma arquitetura industrial decadente com a modelo posicionada em pernas abertas, evidenciando a exploração da posição erotizada do corpo feminino, que também pode ser considerada uma estratégia de glamourização. Conotativamente, como se não tivesse controle sobre si. A contraposição a essa percepção pode ser analisada no olhar fixo em direção a câmera e o cigarro em evidência. Como se o olhar rompesse a fotografia, no cinema, conceituado como "quebra da quarta parede"⁸.

Figura 10: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Figura 11: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Roupas brancas, modelos em poses dramáticas, luz natural associada com a artificial, paleta suavizada ainda em tom esverdeado: essas são as características encontradas na figura 9. Conotativamente, duas modelos visivelmente afetadas em sensação de descontrole, desespero e, conforme abordado anteriormente, privação da liberdade.

Na figura 11 há uma sequência de aleatoriedade e elementos para analisar. Isso porque cada personagem está comunicando individualmente e à seu modo, em situações totalmente distintas e conflituosas. Da direita para a esquerda, começaremos com a senhora sentada quase que imperceptivelmente. Vestes brancas, cabelo branco, olhar direcionado a uma segunda pessoa, sugerindo conversa e interação. À sua frente, em evidência, a modelo posando com uma roupa de gala enquanto descarta as cinzas no cinzeiro acima da mesa, transparecendo egoísmo em prol de si mesma. Inferior a ela, observa-se um jovem rapaz de camisa estampada que à primeira vista parece segurar um balão, mas a imagem conflituosas sugere duas margens de interpretação, sendo o rapaz segurando o balão ou o balão azul vindo da bicicleta. De uma forma ou de outra, considerando o balão azul, a mensagem que essa tonalidade traz tanto pode representar depressão e melancolia, como também pode significar serenidade e tranquilidade. Acima deste, o personagem da bicicleta, que em associação ao balão, propõe uma percepção ainda mais infantilizada. Simultaneamente, a roupa toda preta se contrapondo a essa percepção. À esquerda, uma modelo de pijamas em cima de uma bola de pilates, vestindo calça moletom, camisa estampada e modelo de tênis da marca *All*

⁸A quebra da quarta parede acontece quando a plateia é convidada a interagir criticamente com a ação, por meio de um personagem que dirige sua atenção a ela. Disponível em: <https://www.aberje.com.br/coluna/quebrando-a-quarta-parede#:~:text=A%20quebra%20da%20quarta%20parede,a%20consciência%20do%20jogo%20cênic,o.> Acesso em 21 jun. 2023.

Star, trazendo uma percepção de velhice violada. Na sequência, outra modelo com bata branca, em cima de uma poltrona, empurrando o teto, propondo uma busca de algo superior. Ainda na leitura da imagem, outro modelo sentado na poltrona, sem camisa, de óculos escuros, repousando tranquilamente, fumando um cigarro e de pernas cruzadas. Por fim, uma jovem de casaco moletom, imersa num processo criativo, debruçada sob um cartaz branco com pintura de tonalidade amarela. Ainda que despreziosa, é possível observar, também, que ela está calçando um salto alto.

Figura 12: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Figura 13: Supermodels Enter Rehab



Fonte: Vogue Itália (Julho, 2007).

Ainda que com propostas distintas, a execução das imagens vibra com aparente melancolia e despersonalização, como na figura 12, que deforma a aparência da modelo pelo vidro translúcido. Em preto e branco, também evidencia um recado aparentemente desenhado pela própria modelo, vestida em tons em preto com tecido em paetê brilhoso que se contrapõe à tonalidade preto e branco da fotografia. Além disso, também é possível observar grades dentre o vidro da porta, onde voltamos com a impressão alusiva a estar preso dentro de si. Já a figura 13, mostra a modelo imersa na água dentro de uma banheira, com vestido molhado e grudado em seu corpo, peça que também se destaca por ser rendada, que relacionada a transparência pode trazer uma outra percepção relacionada à intimidade e sensualidade. Da escolha da peça, a água, e o próprio olhar da modelo, fixo, espantado, dão a impressão de uma mensagem conotativa firmada à transparência. A etimologia da palavra TRANSPARÊNCIA, do Latim, denota "deixar a luz passar". Conforme Barthes (1977, p.51), "é a... mensagem denotada que 'naturaliza' o sistema da mensagem conotada". A dualidade atribuída a paleta preta e branca está presente até nos azulejos da figura 12, fotografias de versões opostas e complementares, trazendo o conceito de "sociedades socialmente versáteis", reflexão proposta por Baudrillard (1981, p.49).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da imagem elucida a dimensão do significado dos elementos na construção do sentido da mensagem implícita, ressaltando a glamourização presente através desses objetos. É como se uma imagem construísse uma relação com quem a consome, com sentimentos de identificação, pertencimento, compreensão, revolta, à depender da interpretação individual, influenciada em diferentes óticas que variam de princípios de contexto social, demográfico e até mesmo posicionamento político. Conforme levanta Barnard (1996, p.139), "os sentimentos, as associações e as impressões que vêm a mente resultam da classe, do sexo, da idade etc. de uma pessoa. São a fonte, em certo sentido, da ideologia".

Para além do conceito e as percepções distintas presentes no editorial, que proporcionam sensações, uma vez que a mídia precisa dialogar com o consumidor, ainda que se faça necessária a abordagem de uma temática associada a tragédia e degradação humana, a glamourização da dor, do sofrimento e dos vícios abrem margem para percepções que talvez não representem um ideal responsável de interpretação.

A romantização associada a necessidade de estar sempre na tendência pode acarretar efeitos nocivos de acordo com o que está sendo comunicado ou sublimado. Considerando que há determinada tenacidade nociva entre o conceito e a real abordagem. Além disso, o uso consciente da liberdade editorial explorada em demasia. Ainda que analisado, o editorial SuperModels Enter Rehab mantém questionamentos sobre a consciência na repercussão pelo teor com o qual os vícios são glamourizados.

Entendemos que essa é uma análise que contribui para a pesquisa do fotojornalismo de moda, bem como suscita uma série de outras questões que poderão ser analisadas em trabalhos futuros, como a ética envolvida na glamourização do sofrimento, estudos de recepção que analisem como esse conteúdo impacta os públicos e até mesmo quais os efeitos desejados através da glamourização presente fotografia de moda.

Ainda de acordo com Barthes (1980), elementos que compõem a fotografia são indutores comuns de associações de ideias, e com a estrutura elucidada nessa pesquisa, é possível concluir que o fotojornalismo de moda estimula sensações, cria relações e traz conexão para o consumidor, com margens diversas de interpretação.

A análise da imagem de forma conotativa e denotativa elucidada respostas e abre brechas para outros questionamentos. Sentimentos bons, sentimentos ruins, melancolia, alegria, festividades, crises internas, podem ser considerados ápices de intensidade na vida, para o bem e para o mal. Trazer à tona parte disso através da imagem é o elo perfeito entre o que documenta à sua época e o que veste à sua época, a fotografia e a moda. A natureza reflexiva e conflituosa extraída a partir dos elementos, tecidos, cenários, cores, olhares, posições e iluminação presentes numa imagem faz da fotografia um processo um tanto quanto lapidado de forma minuciosa e sutil para concretização da estética, evidenciando a potencialidade da imagem fotográfica carregada de significados.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Rogério de. **O mundo, os homens e suas obras: filosofia trágica e pedagogia da escolha**. Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/livredocencia/48/tde-15032016-143517/pt-br.php>. Acesso em: 21 jun. 2023.
- BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARTHES, Roland. **Image, Music, Text**. London: Fontana Press, 1977.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. Rio de Janeiro: Elfos Editora, 1995.
- BAUMGARTEN, Alexander. **Estética: a lógica da arte e do poema**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1993.

BRAGA, João. **Reflexões sobre a moda**. 4. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.

BLUMER, Herbert. **Fashion: From Class differentiation to Collective Selection**. Berkeley: University of California, 1969. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/492470158/fashion-From-Class-Differentiation-to-Collective-Selection>.

FRANCA SOZZANI: **Chaos and Creation**. Direção de Francesco Carrozini. Itália, 2016. Disponível em: <https://www.playpilot.com/br/movie/franca-chaos-and-creation/>.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Aleph, v.3, f.216, p. 432, 2013.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

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

SIEGEL, Eliot. **Curso de fotografia de moda**. Barcelona/ES: Editorial Gustavo Gili, 2012.

SIMMEL, Georg. **Fashion**. Chicago: University of Chicago Press, 2018. Disponível em: <https://ia903100.us.archive.org/19/items/GeorgSimmelFashion/Georg%20Simmel%20-%20Fashion.pdf>.

SOUZA, Valdete; CUSTÓDIO, José. **Discursos fotográficos**. Londrina, 2005.

AGRADECIMENTOS

Ao longo desses anos, minha graduação foi marcada por ciclos distintos e complementares, que moldaram as minhas experiências de forma desafiadora e me conduziram para o conveniente a cada momento, contribuindo com parte do que sou hoje. Aos que estiveram presentes nessas vivências, de forma direta ou indireta, o meu agradecimento.