

# Real x imaginário: o fotodocumentarismo como referência na produção do editorial de moda da revista *ffwMAG!*

*Imaginary real x: the photodocumentarism as reference in the production of the fashion editorial in ffwmag! Magazine*

Janayde de Castro Goncalves<sup>1</sup>  
Marília Camelo Sá<sup>2</sup>

## Resumo

A revista ffwMAG!, no editorial de moda “No dia em que eu vim-me embora”, se apropria de imagens dos fotodocumentaristas Walker Evans e William Gedney, criando cenários semelhantes aos clicados no período da Grande Depressão nos EUA. Com base nos argumentos de Boris Kossoy (2009) e Cláudio Marra (2008), este artigo pretende discutir acerca de como é possível que a fotografia documental sirva de referência para a produção de fotografias de moda, uma vez que são campos tão distintos entre si.

**Palavras-chave:** Fotografia. Fotodocumentário. Revista. Editorial de moda.

## Abstract

The ffwMAG! Magazine, in its fashion editorial “The day I came I’m leaving”, appropriates images of photodocumentarists Walker Evans and William Gedney, creating clicked scenarios similar to the period of the Great Depression in the U.S. Based on the arguments of Boris Kossoy (2009) and Claudio Marra (2008), this paper aims to discuss about how it is possible that documentary photography serve as a reference for the production of fashion photos, since they are such different fields together.

**Keywords:** Photography. Photodocumentary. Magazine. Fashion editorial.

---

<sup>1</sup> Professora da Universidade de Fortaleza, mestre em Comunicação pela Universidade de Federal de Pernambuco, graduada em Comunicação Social pela Universidade de Fortaleza.

<sup>2</sup> Jornalista, fotojornalista, graduada em Comunicação Social e especialista em Comunicação e Moda pela Universidade de Fortaleza

Contato: janaydegoncalves@gmail.com; mariliacs@gmail.com

## Introdução

A fotografia de moda ou de qualquer outro segmento se constitui de múltiplas referências, advindas de diversos campos de estudo. Do cotidiano, inclusive, pois, de acordo com Kossoy (2009), trata-se de uma representação elaborada cultural, estética e tecnicamente. Assim o fez a revista *ffwMAG!* ao se apropriar de imagens de famílias americanas em completa decadência, nos idos de 1930, para a construção de um editorial de moda. A junção de discrepantes realidades é compreendida, uma vez que “a reconstituição de um tema determinado do passado, através da fotografia ou de um conjunto de fotografias, requer uma sucessão de construções imaginárias” (KOSSOY, 2009, p. 133).

Assim, para adentrar na análise do objeto de estudo em questão, primeiramente, é necessário compreender minimamente a fotografia e seus segmentos que serão abordados neste artigo: a fotografia documental e de moda. Em seguida, é relevante contextualizar o uso da fotografia nas revistas e conceituar o termo “editorial de moda”. Após isso, então, discorrer criticamente a respeito do recorte proposto.

## 1 Fotos de revistas espelham nosso mundo

Quando se trata de conteúdo editorial, as imagens dão poder maior às palavras. Ambas, se associadas, mais que um recurso estético, podem ser conceituadas como componentes básicos de qualquer revista. Grandes fotos de revistas são memoráveis, clássicas e ajudam a contar a história de uma sociedade quando observadas em uma sequência temporal específica.

No estudo de Ali (2009), a fotografia é considerada fator relevante de mudança das revistas no início do século XX. Tal recurso tecnológico foi inaugurado pelas revistas *Haper's Bazar* e *Vogue*. Nos dias atuais, segundo a jornalista, essas duas revistas ainda revelam fotógrafos e ditam tendências pelo mundo.

### 1.1 Fotografia documental

Sousa (2002, p. 8) descreve fotografia documental como uma das vertentes do fotojornalismo, com a diferença de que o fotojornalista trabalha sem preparação, obedecendo à pauta do dia, enquanto o trabalho do fotodocumentarista baseia-se em projetos fotográficos e temas atemporais: “A abordagem fotodocumental é diferente daquela que seria protagonizada por um

fotojornalista: um fotodocumentarista procuraria fotografar a forma como esse acontecimento afeta as pessoas”.

É impossível falar de fotodocumentarismo sem pelo menos citar o fotojornalismo, haja vista que os dois segmentos nasceram praticamente juntos e se confundem muitas vezes. Segundo Sousa (2008), embora a foto documental tivesse menos destaque na imprensa da época do que a fotografia de guerra e a de “pequenos eventos”, a fotografia de “compromisso social” é referência até hoje para o fotojornalismo.

Sousa (1998) conta que a intenção dos pioneiros da fotografia documental era dar um testemunho, mostrar aos que não estão lá o que e como aconteceu aquela história. As imagens tinham uma intenção de denúncia, para atingir mesmo aqueles que não queriam ver.

Com o documentarismo estabelece-se uma das grandes motivações da fotografia no século XX: o desejo de conhecer o outro, de saber como o outro vive, o que pensa, como vê o mundo, com o que se importa. As palavras eram insuficientes. (SOUSA, 1998, p. 47)

É importante destacar a criação do Farm Security Administration (FSA), de onde saíram grandes nomes do fotodocumentarismo mundial, como Dorothea Lange e Walker Evans. William Gedney também integrou o projeto, mas já no final e sem muito destaque. A FSA foi uma espécie de secretaria de Estado que lidava com as reformas rurais e que desenvolveu um grande projeto fotodocumental, de mesmo nome. Esse programa do governo existiu de 1935 a 1942, com o objetivo de registrar e divulgar os resultados das políticas do New Deal, do presidente Roosevelt, no interior do país. Por se tratar de um órgão governamental, o trabalho da FSA era muitas vezes propagandístico e não revelava o que de fato estava acontecendo no meio rural americano durante o período da Depressão.

Com a crise de 1929, muitos trabalhadores desempregados entraram em desespero, houve suicídios e conflitos, mas esses momentos não foram mostrados. O FSA divulgava a imagem estereotipada e positiva do homem rural como o “herói patriota que luta contra as adversidades, solidário com os seus compatriotas e temente a Deus” (SOUSA, 1998, p. 99), um retrato que perdura até os dias de hoje nos EUA.

Apesar disso, o FSA se tornou uma poderosa arma para despertar a sociedade, devido ao sentimento crítico de denúncia presente em fotografias como Lange e Evans, que fizeram parte da primeira turma de profissionais do projeto. Eles conseguiram driblar algumas amarras do governo durante o trabalho em campo, galgando maior liberdade em suas fotos, o que já sinalizava os primeiros indícios do que se tornaria mais tarde o fotodocumentarismo.

## 1.2 Fotografia de moda

Com o propósito absolutamente oposto ao das fotografias documentais, mas também no mesmo período, surgiram as primeiras fotografias de moda em revistas, embora de maneira ainda muito tímida. Até o início do século XX, a moda era vista em revistas específicas, através de ilustrações ou modestas fotografias. Até os anos 1940, a fotografia de moda representava o universo do luxo, pois estava estritamente ligada à alta costura.

Essa realidade mudou no período pós-guerra. Na Europa, as revistas de moda passaram a ter grande importância para a difusão dos novos modelos estéticos e de comportamento descritos pela fotografia. Esta, por sua vez, avançava na descoberta de novas técnicas e linguagens, a fim de se afastar do padrão clássico. As publicações não somente documentaram o surgimento de diferentes estilos como influenciaram de modo determinante as novas escolhas dos consumidores.

Foi nos anos de 1960, com o surgimento do *prêt-à-porter* (*ready-to-wear*, criado nos EUA após a Segunda Guerra), em oposição à alta costura, que a comunicação e a fotografia de moda evoluíram. Com a Revolução Industrial e o desenvolvimento de sistemas mecanizados, as fábricas passaram a produzir em quantidades muito maiores e com custo bem menor. Para dar vazão a esses produtos, a classe média se tornou o novo alvo de consumo. A fotografia foi essencial para a moda nesse contexto emergente.

Marra (2008) frisa que não se pode enxergar a introdução das fotografias nas revistas simplesmente pelo aspecto estético, em comparação aos desenhos. O autor não nega o ganho em realismo que houve, contudo, adverte que é necessário compreender a extensão dessa mudança para além da realidade.

O que chamamos de representação do objeto não tem, evidentemente, necessidade da fotografia-choque: às vezes é suficiente a alusão, ou basta o contexto, a inclusão no interior de um código como aquele de uma revista de moda, para fazer nascer o desejo e sonho. (MARRA, 2008, p. 50-51)

Nessa conjuntura, na qual se integraram a comunicação (cinema, televisão, rádio, fotografia), a moda e o novo, a fotografia de moda foi cada vez mais crescendo, pois as fantasias criadas pelas revistas extrapolavam os limites de suas páginas, copiadas de estrelas de filmes e artistas da música, para circular pelas ruas.

## **2 Publicações especializadas e editoriais de moda**

Dentre os veículos de mídia impressa, as revistas são as que mais influenciam comportamentos. Considerando os costumes dos indivíduos no uso que fazem da mídia para atenderem às necessidades e obterem alguma forma de retorno desse consumo, as empresas editoriais apostam nos títulos especializados, como as revistas, sempre dedicadas a públicos restritos de características, hábitos e vocabulários.

### **2.1 Revistas femininas e de moda**

Schimtz (2010), em seu artigo “Para pensar a publicidade e o jornalismo nos editoriais de moda das revistas femininas”, escreveu que o mercado editorial feminino é o segmento de maior sucesso no país, tanto no que diz respeito ao número de publicações disponíveis como por seu faturamento em vendas. Ela associa o destaque desse tipo de publicação à comunicação que os veículos de imprensa feminina estabeleceram com suas leitoras, uma proximidade incomum a todos os outros meios.

Além de os assuntos tratados serem de interesse predominantemente femininos (moda, comportamento, culinária, amor), o tom que essas revistas adotam, muitas vezes, beira às relações de amizade. Esse tratamento dispensado às leitoras pelas revistas se consolida no Pós-Guerra, período de renovação para os meios de comunicação, estabelecendo-se a “intimidade entre o produto-revista e a consumidora-leitora” (SCHIMTZ, 2010, p. 2)

A imprensa feminina, que vinha ajudando no lar, retratando a moda, discutindo os problemas da mulher, ouvindo o seu sofrimento, cuidando de sua beleza, já pode tratá-la de “você”. Adota uma técnica já conhecida da publicidade, a personalização. O tom das matérias muda, dirigindo-se diretamente à leitora. Focalizando o rosto da mulher, a revista aumenta seu grau de aproximação. (MIRA, 2001 apud SCHIMTZ, 2010, p. 2)

Apesar de a *ffwMAG!* não se tratar de uma publicação voltada especificamente para o público feminino, é importante contextualizar esse primeiro momento da moda em revistas, para compreender que esse tipo de linguagem permanece até o momento presente e, inclusive, é adotado também nos editoriais de moda.

As revistas femininas têm, ao longo de quase três séculos, conjecturado as mudanças do papel da mulher na sociedade. Conforme relembra Ali (2009), no século XVIII, quando era esperado que as mulheres participassem ativamente da vida social, as revistas eram inteligentes e cheias de personalidade. Publicavam resenhas de livros, poesia, ficção, crítica de teatro, notícias internacionais e, especialmente, moda, beleza e moldes de bordado.

Bem distante e diferente do que muitos leitores imaginam, a moda, carro-chefe das revistas femininas,

Tem a ver também com cultura e com economia – movimenta uma indústria enorme. Fotos lindas, com modelos mais lindas ainda, vestindo roupas deslumbrantes, com uma luz maravilhosa, são resultados de um trabalho exaustivo que envolve muita gente e dinheiro. [...] E devem ser trabalhadas profissionalmente, situando a moda num contexto amplo e diversificado. (ALI, 2009, p. 218)

A revista, dentre as publicações e veículos especializados, é considerada o mais forte e atraente por diversas características, como a forma de interpretar a moda, pois traz um ponto de vista particular diante de ambientes múltiplos, que vão desde ao que se encontra em espaços sofisticados, a lojas populares, ruas, praias e universidades.

## **2.2 Editorial de moda**

Compreende-se editorial como um texto jornalístico opinativo, de cunho impessoal e publicado sem assinatura, que aborda temas referentes a acontecimentos locais, nacionais ou internacionais de grande relevância, a fim de expor o ponto de vista de determinado veículo sobre tal assunto. Já o editorial de moda, segundo Rabaça e Barbosa (2002) apud Schimtz (2010), trata-se de

matéria jornalística, essencialmente fotográfica, elaborada por uma editoria de moda, geralmente em revistas especializadas nesse tema, em que são apresentadas informações sobre tendências, estilos, modismos e combinações relativas a

vestuário, acessórios, cabelo, maquiagem etc. Não existe padrão rígido para esse tipo de matéria, que está sujeita, como a própria moda, a constantes transformações de estilo e conceito. Mas o editorial de moda costuma seguir um fio condutor, um tema determinado, que pode ser a moda da estação ou da cor, um tecido, um acessório, uma *griffe* ou mesmo uma personagem. Seu texto, muitas vezes criado em função do ensaio fotográfico, limita-se em alguns casos à descrição das peças, geralmente com indicação de preços e lojas, mas pode também conter opiniões do editor ou dos jornalistas, depoimentos de pessoas focalizadas e maiores informações sobre o tema em pauta. (RABAÇA; BARBOSA, 2002 apud SCHIMTZ p. 3)

Em resumo, o termo “editorial de moda” diz respeito à seção da revista que contém um ensaio fotográfico que trata das tendências referentes a vestuário. É essencialmente visual e seu principal elemento é a fotografia. Além disso, é a editoria de moda que define os temas, as tendências e os conteúdos que serão abordados, expressando, de certo modo, através dessas escolhas, a opinião da revista. Assim, a fotografia de moda, por sua vez, também sofre mudanças de acordo com as particularidades das linhas editoriais de cada publicação.

Segundo Marra (2008), a fotografia é o instrumento primordial da moda, pois é ela a responsável pela materialização do desejo, fazendo com que a roupa se encarne em um corpo imaginário capaz de melhor interpretar o estilo presente nos editoriais. A fotografia é o meio que permite a transformação de um corpo comum em uma nova identidade, de maneira absolutamente livre e fantasiosa. Isso porque “o que permanece com a foto é algo mais que a roupa em si, é mais uma vez, um clima, uma aura que circunda aquela roupa” (MARRA, 2008, p. 60).

### **3 *Ffwmag!* e “No dia em que eu vim-me embora”**

Como dito anteriormente, a revista *ffwMAG!* é o objeto de estudo deste artigo. Mais especificamente o editorial de moda “No dia que eu vim me embora” da edição número 18. Antes, porém, é necessário contextualizar a publicação.

Trata-se de uma revista relativamente nova (apenas 34 edições), que aborda temas como arte, música, literatura, cinema, moda, *design* e turismo. Contudo, apesar da variedade, todos os assuntos têm grande apelo *fashion*

e percebe-se o empenho em ser não apenas uma publicação de moda, mas uma espécie de ditadora de tendência. Seu conteúdo é jovem, urbano, com referências das grandes metrópoles mundiais e nota-se o claro predomínio de imagens, principalmente fotografias. É uma revista que se propõe a antecipar as tendências e difundir o que já está em voga. Como afirma o editor e *publisher* da revista, Paulo Borges, na apresentação da primeira edição, a revista *ffwMAG!* nasceu com a intenção de “acelerar o passo, pensar para frente, avançar rapidamente. [...] Passeamos por universos paralelos que inspiram a moda e que dela também extraem suas inspirações. Criamos uma revista para servir de canal de inspiração, amplo e plural”.

A *ffwMAG!*, em sua edição cuja temática é “centro”, propõe um editorial que aborda o processo migratório da zona rural para os centros urbanos. Não tanto o ato concreto de mudar-se de um local para outro, mas o sentimento, a sensação que existe na vontade de sair, de onde ou para onde for. Paulo Borges descreve a intenção do editorial contando que o fotógrafo Cristiano Madureira reproduziu “o épico pop de quem sai em busca dos centros: o dia em que muita gente parte de sua cidade com as malas cheias de ideias”. Também o texto introdutório da seção revela a vontade de transmitir a sensação de quem almeja mudança: “quem sai em busca de um centro leva pouca coisa, enche a mala de ideias e planos”.

Para transmitir essa aura de mudança ao leitor, foram utilizadas como referência as fotografias dos fotodocumentaristas Walker Evans e William Gedney, ambos ex-integrantes da FSA. Mas também encontrei semelhanças nas imagens de Dorothea Lange, contemporânea dos outros dois.

Esses três fotógrafos retrataram os trabalhadores rurais estadunidenses no momento em que os EUA atravessavam sua maior crise, conhecida como Grande Depressão ou Crise de 1929. Eram tempos difíceis e as famílias do interior do país estavam vivendo em situação miserável, devido à falta de emprego. Sousa (1998) relata que houve muitos momentos de desespero, suicídios e conflitos naquela época, mas o que principalmente divulgou-se na imprensa foram as fotografias, nas quais se viam semblantes tranquilos e resolutos, a fim de estabelecer um estereótipo positivo do herói rural patriota americano.

Esse tipo de interpretação é possível, também, como explica Marra (2008, p. 51):

a fotografia, de algum modo, torna a mensagem inocente,

alivia-a da complexidade semântica gerada pela conotação, desintelectualiza-a, fazendo parecer natural e, portanto, facilmente aceitável, o que na realidade é um sofisticado exercício cultural.

Kossoy (2009) reforça a ideia de Marra (2008) ao afirmar que o real é influenciado pela imaginação, conforme a visão de mundo do fotógrafo. Assim como o leitor daquela imagem também irá interpretá-la segundo seu repertório cultural.

O que é real para uns é pura ficção para outros. A ficção pode então substituir o real. [...] As imagens técnicas tornam-se imagens mentais reais. As fantasias da imaginação individual e do coletivo adquirem contornos nítidos e formas concretas através do chamado testemunho fotográfico. (KOSSOY, 2009, p. 140)

Nesse sentido, é possível compreender a utilização de referências brutalmente distintas neste objeto de estudo. Enquanto na moda a fotografia tem a função de alimentar a fantasia do expectador, despertando o desejo do consumo ou simplesmente de fuga da realidade para um mundo absolutamente diferente, cheio de beleza e *glamour*, o documentarismo se abastece das realidades alheias, na intenção de comunicar ou registrar aqueles fatos como documentos. Neste, a imagem sofre interferências editoriais do fotógrafo que as capta, por meio de sua bagagem cultural, suas crenças e opiniões, as quais, por mais imparciais que sejam, estarão presentes sempre. Entretanto, sobre a fotografia na moda, é importante buscar o equilíbrio entre o real e o imaginário, para que “o real se faça desejo e o desejo se torne acessível” (MARRA, 2008, p. 51), pois nem o simples ato de mostrar da fotografia é o bastante, assim como uma fuga total da realidade para um território absolutamente imagético também não funciona.

O “real” não somente pode ser utilizado como referência para fotografias de moda como é a principal fonte de inspiração para os editoriais de revistas. São muito claras as semelhanças estéticas entre as imagens do editorial de moda e das fotografias documentais nesses recortes. Selecionei nove imagens das 55 que compunham o editorial de moda e três fotografias de cada foto documentarista aqui mencionado. Por fim, delimito o recorte de uma fotografia do editorial em comparação a uma imagem de cada fotógrafo para ilustrar este artigo.



**Figura 1:** Editorial de moda revista ffwMAG! Fonte: edição 18



**Figura 2:** Arquivo Walker Evans Fonte: The Metropolitan Museum of Art



**Figura 3:** Editorial de moda revista *ffwMAG!* Fonte: Edição 18



**Figura 4:** *Girl sitting on windowsill*, de William Gedney

Fonte: <http://thisisappalachia.tumblr.com/post/781930918/girl-sitting-on-windowsill-kentucky-1964>



**Figura 5:** Editorial de moda revista *ffwMAG!* Fonte: Edição 18



**Figura 6:** *Hoe culture*, de Dorothea Lange

Fonte: <http://beforeitsnews.com/awesome-time-wasters/2012/10/27-best-pictures-of-the-week-showing-human-emotion-oct-2nd-to-oct-8th-2012-2444088.html>

É possível observar similaridade, por exemplo, nas poses, nos enquadramentos, nos objetos de cena, nos ângulos, nas expressões e na postura dos personagens e dos modelos fotografados, na ambientação e no cenário, e até mesmo na combinação das roupas escolhidas para compor os *looks*.

Apesar da similaridade desse conjunto de elementos enumerados, o que permanece de mais forte ao receptor são os elementos invisíveis aos olhos e as sensações interpretadas pelo fotógrafo e transmitidas ao público, que, por sua vez, aplica seu juízo de valor àquela informação que recebeu.

Segundo Kossoy (2009, p. 133), esses elementos concretos que compõem o contexto particular no qual a fotografia foi materializada, independentemente de seu segmento, assim como a história daquele momento que vemos representado, são invisíveis ao mecanismo de captura da câmera, pois essa história “não deixa marcas no dispositivo fotossensível, não pode ser revelada pela química fotográfica, nem tampouco mostrada pelos recursos eletrônicos. Apenas imaginada.”

## **Considerações finais**

Ao observar as fotografias, mergulhamos em seu conteúdo e imaginamos quais fatos e circunstâncias envolveram o assunto ou mesmo em que contexto foram produzidas. Esse exercício mental de imaginação resulta na criação de novas realidades.

Enquanto a fotografia de moda se alimenta dessas múltiplas interpretações e reconstruções imagéticas fantásticas do real, a fotografia documental não pode fugir das influências da história, do meio social, da civilização e da bagagem cultural do próprio fotógrafo.

Diante dessas circunstâncias, a assimilação de uma referência advinda de uma realidade bem distante da de um editorial de moda é possível, uma vez que o processo de construção das representações feito pelo fotógrafo é na verdade um processo de desmontagem e construção de novos sentidos. As imagens são ressignificadas e reconstruídas interpretativamente sucessivas vezes pelos receptores, conforme a cultura e as informações que adquirem a cada momento.

Por tudo o que foi exposto aqui, é possível considerar que fotos documentais sirvam como fonte de inspiração ao mundo da moda e, igualmente, compreender como se dá a apropriação dessas referências. Não é a realidade

que está sendo utilizada, e sim uma representação dela, cheia se significados, sentidos, imaginação e inúmeros referenciais simbólicos.

## Referências

ALI, Fátima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: Ed. Nacional, 2009.

BORGES, Paulo. *Revista ffwMAG!*. Editora Lumi 05 marketing e propaganda. n. 1. 2010. Disponível em: <<http://ffw.com.br/mag/edicao/africa/>>. Acesso em: 9 set. 2013.

BORGES, Paulo. No dia em que eu vim-me embora. n. 18, 2010. Disponível em: <<http://ffw.com.br/mag/edicao/centro/>>. Acesso em: 9 set. 2013.

KOSSOY, Boris. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 4. ed. São Paulo: Ateliê, 2009.

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

SCHIMTZ, Daniela M. Para pensar a publicidade e o jornalismo nas revistas de moda femininas. In: COLÓQUIO DE MODA, 6., 1994, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: Universidade do Rio Grande do Sul, 2010. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais>>. Acesso em: 15 set. 2014.

SOUSA, Jorge Pedro. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Porto: Letras Contemporâneas, 1998.

SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Porto: Letras Contemporânea, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://googl/1uVYkj>>. Acesso em: 15 set. 2014.

**Data da submissão:** 10/08/14

**Data do aceite:** 04/11/14