

A mulher nas capas da revista francesa Photo (1967-1990): de objeto a sujeito

The woman on the cover of the french magazine Photo (1967-1990): from object to subject

Resumo:

Este ensaio trata do modo como as mulheres são creditadas nas capas da revista de fotografia francesa Photo, entre 1967 (quando a publicação foi lançada) e 1990 (quando o fenômeno das *top-models* já é bem evidente). A hipótese é de que, ao longo desse período, as modelos passaram de uma condição de objetos, sem direito a exibir seu próprio nome, a sujeitos participantes do ato fotográfico. O artigo também especula sobre a possibilidade do movimento feminista ter contribuído para um reposicionamento das modelos, dando-lhes um tratamento mais digno, mesmo que a revista continue trabalhando numa perspectiva voyeurística. Uma análise quantitativa dos créditos das mulheres nas capas, contudo, aponta para uma mudança brusca nessas estratégias, respondendo a um fenômeno do universo da moda, e não a uma demanda social reivindicada pela força do feminismo.

Palavras-chave:

Fotografia. Revista Photo. Representação da mulher.

Abstract:

This essay deals with the way women are credited on the covers of french photography magazine Photo between 1967 (when the publication was launched) and 1990 (when the phenomenon of top-models is already very evident). The hypothesis is that, over that period, the models have gone from a condition of objects without the right to display its name, to the subjects participating in the photographic act. The article also speculates on the possibility of the feminist movement has contributed to a repositioning of the models, giving them a more dignified treatment, even if the magazine continues working in voyeuristic perspective. A quantitative analysis of women's credits on the covers, however, points to a sudden change in these strategies, responding to a phenomenon of fashion, and not to a social demand claimed by feminism force.

Key-words

Photography. Photo magazine. Women's representation.

Resumo

Este ensayo aborda la manera en que las mujeres se acreditan en las portadas de la revista fotográfica francesa Photo entre 1967 (cuando se lanzó la publicación) y 1990 (cuando el fenómeno de los top models ya es muy evidente). La hipótesis es que, durante ese período, los modelos han pasado de una condición de objetos sin derecho a mostrar su nombre a de sujetos que participan en el acto fotográfico. El artículo también especula sobre la posibilidad de que el movimiento feminista haya contribuido a un reposicionamiento de los modelos, dándoles un trato más digno, incluso si la revista continúa trabajando en perspectiva voyeurista. Sin embargo, un análisis cuantitativo de los créditos de las mujeres en las portadas señala un cambio repentino en estas estrategias, que responde a un fenómeno de la moda y no a una demanda social reivindicada por la fuerza del feminismo.

Palabras-clave

Fotografía. Revista Photo. Representación de la mujer.

Introdução

A capa da edição 270 da revista francesa Photo, de março de 1990, exibe uma foto da modelo alemã Claudia Schiffer. Ela é uma das “Garotas mais belas do mundo” (“*Les plus belles filles du monde*”, no original), conforme a principal chamada da publicação. O nome do fotógrafo não está na capa. Precisamos abrir a revista para encontrar, na página 3, as seguintes informações: o fotógrafo é Antoine Verglas, a imagem foi especialmente criada em estúdio para a capa da revista, em dezembro de 1989, com maquiagem de Florence Dreano e cabelos de Louise Moon. O fato do nome da modelo estar na capa, com grande destaque, enquanto o do fotógrafo está na página 3, quase escondido, pode parecer corriqueiro. Mas não é. Por décadas, a revista Photo, mesmo exibindo centenas de mulheres diferentes em suas capas, omitiu o nome da mulher fotografada, principalmente se ela era apenas uma modelo profissional. Para ter seu nome citado na capa, a mulher tinha que ser atriz ou cantora, ou seja, uma artista que ganhara sua fama fora dos círculos profissionais da fotografia e da moda. Sua subjetividade precisava estar garantida em outra dimensão social.

Mais do que isso: nas décadas de 1960, 1970 e 1980, comumente o nome da modelo não era citado *sequer nos créditos internos*. O leitor não tinha acesso algum à identidade da mulher que ocupava o mais nobre espaço da revista. Ela era um simples objeto que estava na frente da câmera do fotógrafo. Em outras palavras, a objetiva realmente objetificava a modelo. A edição 270, com o rosto e o corpo de Cláudia Schiffer devidamente creditados na capa, parece ser uma divisora de águas na representação das mulheres pela Photo. A partir daí, tornou-se muito mais comum nomear as modelos. Não por coincidência, no final dos anos 1980 e início dos anos 1990 é criado o termo *top-model*. No mesmo número 270, a partir da página 53, há uma seção dedicada à agência de modelos norte-americana Ford, dirigida pela senhora Eileen Ford. “Ela inventou as top-models” (“*Elle a invente les top-models*”, no original) diz o título da matéria, explicando depois que Eileen Ford tinha como objetivo principal “fazer garotas bonitas se transformarem em manequins, modelos e estrelas” (“*de*

selles filles elle a fait des manequins, et des modèles des stars”, no original) (pg.54).

O que aconteceu entre 1967, ano de lançamento da Photo, e 1990, quando as mulheres que aparecem nas capas da revista finalmente ganharam uma identidade e o direito de serem reconhecidas como sujeitos das fotos, e não meros objetos? Por que as estratégias editoriais referentes às capas da Photo mudaram tanto? Essas mudanças têm alguma relação com movimentos sociais, como o feminismo? Será que a Photo tem papel relevante na valorização humana e profissional das mulheres que aparecem em capas de revista? Nenhuma destas perguntas têm resposta fácil. Neste artigo, tentaremos apenas levantar alguns fatos que podem ajudar na compreensão nestes anos de transformações importantes, não só no contexto da revista, mas também no da representação do corpo feminino pela mídia.

Das vênus esteatopíguas a Claudia Schiffer

Se voltarmos a 30 ou 40 mil anos antes do presente e observarmos as pequenas esculturas conhecidas como *Vênus esteatopíguas*, veremos que o ideal feminino dos habitantes das cavernas do Paleolítico Superior era bem diferente das formas juvenis e harmoniosas que habitam o imaginário do século 21. As obras, recolhidas em diferentes regiões da Europa central e oriental, representam “mulheres impudicas, de corpo mais que maduro, o ventre geralmente inchado como por uma adiantada gravidez, de acentuada esteatopígia (ou seja, exagerado desenvolvimento das nádegas)” (UNGOLOTTI, 1962, pg. 34). Normalmente estas esculturas são interpretadas como símbolos da fecundidade, e não da beleza, o que explicaria o grande destaque dado aos genitais e aos seios, enquanto os rostos são pouco detalhados. E, como em todas as imagens produzidas no Paleolítico, elas têm uma finalidade mais mágica que estética.

Fig. 1 - Vênus de Willendorf



Fonte: Imagem capturada na Wikipedia¹

Propósito bem diferente teve o escultor Praxíteles (c. 395-330 A.C.) ao criar a *Afrodité de Cnido*, uma escultura em mármore que é “o primeiro nu feminino em tamanho natural da arte da Grécia Antiga” (WIKIPEDIA, “Praxíteles”) e um dos principais modelos de beleza para a civilização ocidental. Outros artistas, de diferentes épocas e regiões, já haviam representado o corpo, em especial o masculino. Os frontispícios de prédios públicos ou religiosos na própria Grécia, as ilustrações dos vasos etruscos e as pinturas dos murais egípcios (onde há corpos femininos desnudos) são bons exemplos. Mas a obra de Praxíteles, graças ao seu realismo e à sua refinada verossimilhança, provocou uma grande polêmica, especialmente quando circularam rumores de que o escultor usara como modelos “duas cortesãs de extraordinária beleza, que eram também suas amantes: Phryne, para o corpo, e Cratina, para a cabeça” (WIKIPEDIA, “Praxíteles”). Ora, disseram os cidadãos mais conservadores, como duas humanas poderiam servir de modelo para uma deusa? Quem conhece um pouco mais a fundo a mitologia grega sabe que esta resposta é fácil: todos os deuses e semideuses gregos - com suas extraordinárias virtudes e seus tremendos desvios de caráter - foram criados à imagem e semelhança dos homens e das mulheres, e é óbvio que suas representações serão sempre muito humanas.

Fig. 2 - Afrodité de Cnido (cópia romana)

¹ Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/V%C3%A9nus_de_Willendorf#/media/File:Venus_von_Willendorf_01.jpg> Acesso em: 07/04/2016



Fonte: imagem capturada na Wikipedia²

A peça original de Praxíteles foi perdida, mas suas inúmeras cópias nos permitem dizer que a *Afrodite de Cnido* é um importante ideal de beleza feminina para o Ocidente, tanto que obras semelhantes recebem o nome genérico de *Vênus calipígias* (Vênus de belas nádegas). Susan Woodford explica:

Embora o nu masculino tivesse sido aceito há muito tempo como um tema apropriado para desafiar artistas, Praxíteles foi revolucionário quando criou uma importantíssima estátua representando uma figura feminina nua. Ela é mostrada com o naturalismo que se pode esperar no século IV A.C., não só naturalismo de forma e detalhe, mas também de ação, pois Afrodite segura suas roupas de modo bastante descontraído, tendo nesse momento acabado de despi-las ao preparar-se para um banho. (WOOFORD, s.d., p.57)

A foto de Claudia Schiffer na capa da Photo n.270 é resultado de uma civilização bem diferente: a nossa. Imagem profana, e não sagrada. Imagem técnica (fotográfica), e não “mágica”. Imagem industrial (reproduzida em milhares de cópias), e não artesanal. Imagem que valoriza o rosto e os seios, em vez de centrar-se nas nádegas. Vemos uma mulher bastante jovem, de longos cabelos louros e olhos azuis, lábios vermelhos entreabertos (clichê nas fotos eróticas), com o corpo levemente inclinado para trás. Ela encara a câmera, ou seja, encara quem está olhando a foto (mais um clichê). Uma imagem que, usando os moldes preferidos da época, celebra a beleza de uma jovem mulher.

² Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Afrodite_de_Cnido#/media/File:Cnidus_Aphrodite_Altemps_Inv8619.jpg>
Acesso em 07/04/2016

Fig. 3 - capa da revista PHOTO n.270, março de 1990



Fonte - revista PHOTO

Modelos como objetos e como sujeitos

Quem conhece a trajetória da revista Photo, porém, sabe que a beleza da modelo não era motivo suficiente para que ela fosse tratada como sujeito e tivesse seu nome colocado na capa. Se analisarmos os dez números anteriores da Photo (do n.260, de maio de 1989, ao n. 269, de fevereiro de 1990), veremos que em apenas uma edição (n. 260) a mulher que aparece na capa está creditada na própria capa, com nome e sobrenome. Mas ela é uma atriz (Mathilda May) e não uma modelo. Antes da edição 270, com Claudia Schiffer na capa, apenas em uma ocasião (n.243, de dezembro de 1987) a modelo foi creditada, de forma bem mais discreta, na capa. A chamada, no canto inferior esquerdo, é “Estelle, a top n.1, tem vinte anos neste mês” (no original: “*Estelle, top n.1 a vingt ans ce mois-ci*”). É um número da PHOTO dedicado ao aniversário de vinte anos da publicação, de modo que a ideia é fazer a correspondência entre a idade da modelo e a da revista. Mas por que não escrever seu nome completo na capa - Estelle Lefébure – que só aparece na página 93?

Ao mesmo tempo, nesta edição, na matéria “Os grandes nomes da foto (escolhem suas três imagens preferidas”)), que começa na página 98, os editores da Photo colocam cinco mulheres fotógrafas (Marie-Laure de Decker, Martine Franck, Irina Ionesco, Dominique Issermann e Mary Ellen Mark) na lista dos 45 *grandes nomes da fotografia*. É uma minoria

(1/9 do total), mas revela que há uma preocupação em não esquecer as profissionais do sexo feminino que estão atrás da câmera. Por que o mesmo cuidado não atinja as mulheres que ficam na frente da objetiva?

E o que dizer da capa do número 265, de outubro de 1989? Nem Catherine Deneuve, atriz consagrada, tem seu nome associado à sua imagem na capa! Coincidentemente, nesta edição dedicada a grandes mestres da fotografia (em sua maioria, homens) a foto da capa é de autoria de uma mulher, Bettina Rheims, e foi retirada de seu livro “*Female Trouble*”, que tem o prefácio escrito por sua amiga Deneuve. Uma ótima oportunidade desperdiçada para realçar a presença feminina no universo da fotografia. As seis páginas de fotos de Rheims na edição 265 mostram que os editores da Photo (na época dirigida por Eric Neveu) sabiam que as mulheres eram artistas importantes, mas daí a dar-lhes o merecido destaque na capa há uma grande distância.

Outro dado interessante nesta pequena amostra de dez revistas: em cinco delas, é impossível saber os nomes das modelos fotografadas para as capas, pois seus nomes não aparecem nem nos créditos internos. E, o que é ainda mais surpreendente, em duas delas (os números 264 e 267), estão devidamente creditados os responsáveis pela maquiagem das modelos (respectivamente, Marie Laurence e Martin Pretorius). Ao que parece, a única peça da obra coletiva que gerava a fotografia de uma capa a permanecer na sombra do anonimato é justamente a modelo. Ela estava na frente da objetiva. E foi devidamente objetificada. Por que o mesmo não aconteceu com Claudia Schiffer na edição de número 270?

Schiffer, aos 19 anos, já era uma estrela entre as modelos, tendo aparecido em dezenas de capas de revistas de moda (incluindo Vogue, Elle e Cosmopolitan). No interior desta Photo, há duas seções organizadas em torno da modelo alemã. A primeira, com seis páginas, reúne fotos realizadas por Antoine Verglas (uma das quais está na capa) e por Ellen von Unwerth, que em 1990 era uma profissional em ascensão. A segunda, com mais seis páginas, é formada por fotos de Wayne Maser. Outras duas modelos têm destaque suficiente para dividir a chamada com o fotógrafo: Monica Bellucci (então uma jovem modelo italiana de 23 anos, que ainda não era conhecida como atriz) e Linda Evangelista (canadense, com 25 anos e uma carreira consolidada no mundo da moda). Bellucci foi fotografada por Frédéric Meylan, e Evangelista, por Steven Meisel.

Por que listar tantos detalhes? Não é óbvio que, numa foto, há um trabalho conjunto do fotógrafo e da modelo? Também não é óbvio que os nomes dos profissionais na frente e

atrás das câmeras merecem o devido crédito? Depende. Nem sempre o óbvio é concretizado. Até o início dos anos 1990, a Photo construía praticamente todas as suas seções a partir dos trabalhos dos fotógrafos, e, coerentemente, eram estes que apareciam com seus nomes nas capas. E nada dos nomes das modelos. “Ora, mas esta é uma revista de fotografia, e não uma revista dedicada à beleza feminina, como a Lui, publicada no mesmo endereço e pelo mesmo grupo editorial”, poderia argumentar um defensor da exclusão dos nomes das modelos na Photo.

No entanto, se olharmos as capas da Lui, especialmente as dos anos 1960, veremos que o crédito do fotógrafo da capa está sempre lá. Frank Gitty, por exemplo, assina dezenas de capas. O mesmo não acontece com as modelos. Na maioria das vezes, elas não têm crédito algum. A Lui, por muitos anos, também identificava as modelos de seus ensaios apenas por seu primeiro nome e podemos supor, com razoável certeza, que estes não eram seus nomes verdadeiros. O descaso com a identificação das modelos (sempre mulheres) e o zelo pelo crédito aos fotógrafos (quase sempre homens) são as duas faces da mesma moeda: o machismo. Podemos compreendê-lo, podemos considerar que os editores (quase todos homens) agiam motivados pelo *espírito da época*, mas não podemos considerar simplesmente natural a objetificação das mulheres.

No contexto estrito deste ensaio, não estamos preocupados em analisar aspectos históricos-estéticos (a evolução do que é considerado “belo” nas representações do corpo feminino ao longo de tempo), e sim questões históricas-éticas (a evolução da representação do corpo feminino enquanto sujeito da foto, e não simples objeto). Mas é interessante notar que a foto de Cláudia Schiffer na capa da Photo n.270, além dos clichês que já anotamos, guarda um paralelo com outro modelo de representação feminina surgido na Grécia do século 4 A.C, a *Afrodite de Cápua*, de autor desconhecido. Susan Woodford explica que só conhecemos esta obra através de uma cópia romana e conta que

O artista retratou a deusa com todo o sensual torso despido, segurando um escudo à sua esquerda e admirando a própria beleza em seu reflexo. O escudo (hoje perdido) mantinha no lugar o drapeado sobre as pernas, de modo a produzir uma obra que, valendo-se de sugestões e parciais encobrimentos é tão erótica quanto um nu. A criação foi muito apreciada e copiada, com variações, durante séculos. (WOODFORD, s.d., p.58)

No lugar do tecido drapeado que cobre as pernas da *Afrodite de Cápua* (que é uma estátua de corpo inteiro), a foto de Cláudia Schiffer usa uma calça jeans, com o botão da cintura estrategicamente aberto, de modo a revelar um pouco mais do seu corpo (ou quem

sabe também apontar para a continuação desse corpo). A ideia expressa por Woodford de que a semi-nudez pode ser tão erótica quanto a nudez é confirmada em centenas de capas de revistas destinadas prioritariamente ao público masculino, o que inclui muitas edições da Photo.

Examinando treze outras versões da foto da capa, obtidas na mesma sessão de trabalho de Antoine Verglas e disponíveis nas páginas 12 e 15, é fácil perceber que a ideia principal do fotógrafo era usar os braços de Schiffer para ocultar parcialmente seus seios, o que combina com o semblante ainda bastante juvenil da modelo. É impossível saber exatamente por que os editores da Photo escolheram aquela foto em particular para a capa, mas um fato é evidente: ela é a única em que os bicos dos dois seios aparecem, mesmo que parcialmente, seguindo o modelo proposto pela *Afrodite de Cápuia* e buscando algo tão erótico quanto um nu, sem assumi-lo integralmente. Resumindo: aquela não era a melhor foto, esteticamente falando. Era, isto sim, a foto que mais chamaria a atenção do leitor masculino da Photo, com um apelo erótico mais explícito, e que mais ajudaria a vendagem da revista, o que é um procedimento lógico no competitivo mercado editorial, mas não ajuda a distinguir a Photo como uma revista dedicada à fotografia.

Liberação sexual e movimento feminista no final dos anos 1960

O Verão do Amor, marco fundamental na cultura (ou contracultura) do século 20, praticamente coincide com o lançamento da Photo na França. Uma passeata de 300 mil pessoas em Nova Iorque, no dia de 15 de abril de 1967 (primavera nos EUA) é considerada o início de um movimento social de efeitos planetários. Com epicentro na cidade de São Francisco, para onde foram, entre junho e agosto de 1967, mais de 100 mil pessoas, então definidas como *hippies*, o Verão do Amor, mais do que um encontro de jovens, foi um ataque poderoso ao *american way of life*, o que incluía um debate sobre o papel das mulheres numa sociedade machista e discriminatória. (WIKIPEDIA, “Summer of love”) Os ecos do Verão do Amor chegaram rapidamente a Londres, e dali se espalharam por toda a Europa. O primeiro número da Photo é de julho de 1967, o que coloca a revista, teoricamente, sob a influência dessa nova perspectiva cultural.

Além disso, é inegável que o movimento feminista teve um de seus momentos mais

importantes no final dos anos 60. Como explica Jill Nelmes,

O movimento de mulheres não chegou de repente; desde os dias dos sufragistas um número crescente de mulheres lutavam pela igualdade com os homens. Um novo clima político e social, desenvolvido na década de 1960 e no início da década de 1970, que questionava a ordem estabelecida, incentivou uma reforma radical e produziu condições favoráveis ao surgimento do movimento feminista. Embora essa insatisfação radical com a sociedade contemporânea tenha começado na América, a sua mensagem logo se espalhou para Grã-Bretanha, e em ambos os países houve um questionamento do papel da mulher na sociedade. (NELMES, 2012, p. 269; tradução do autor)

De modo geral, é para Londres, cidade dos Beatles e dos Rolling Stones, e não para Paris, onde moram Jean-Luc Godard e Serge Gainsbourg, que se voltam os olhos do planeta no final de 1967. Mas a França, à sua maneira, também participa muito ativamente desta revisão das normas sociais com o movimento de maio de 1968, que tem uma inflexão mais explicitamente política, em que predominam tendências radicais maoístas. A *nouvelle-vague* de Truffaut, Godard e Rohmer neste momento está consolidada como uma das principais escolas estéticas do cinema mundial, e, embora não seja explicitamente feminista, com certeza dá às mulheres um tratamento menos discriminatório que o usual nos filmes de Hollywood.

Tudo isso poderia nos levar a crer que a Photo, lentamente, à medida que evoluísse enquanto publicação, e mesmo que seus editores fossem majoritariamente homens, absorveria essa nova perspectiva cultural do gênero feminino. Poderíamos, quem sabe, verificar uma preocupação crescente com a correta valorização das modelos fotografadas, nomeando-as nos créditos das capas. Porém, como já destacamos no início deste ensaio, isso não aconteceu. Atrizes e cantoras, quando fotografadas para a capa, tinham seus nomes destacados. As modelos eram quase sempre anônimas, e essa situação pouco se modificou até o começo dos anos 1990. A Photo parece não ter escapado ao viés tradicional que a mídia normalmente assume. Jill Nelmes lembra que

As feministas em geral acreditam que a mídia é um fator que contribui para perpetuar uma faixa estreita de imagens estereotipadas das mulheres. A maneira como as mulheres são representadas nos meios de comunicação pode encorajar expectativas bem específicas para mulheres, que são extremamente limitantes; por exemplo, que as mulheres devem permanecer em casa, que são inferiores aos homens, que gostam de homens que são violentos, são apenas alguns dos mitos foram perpetuadas pela mídia. (NELMES, 2012, p.269; tradução do autor)

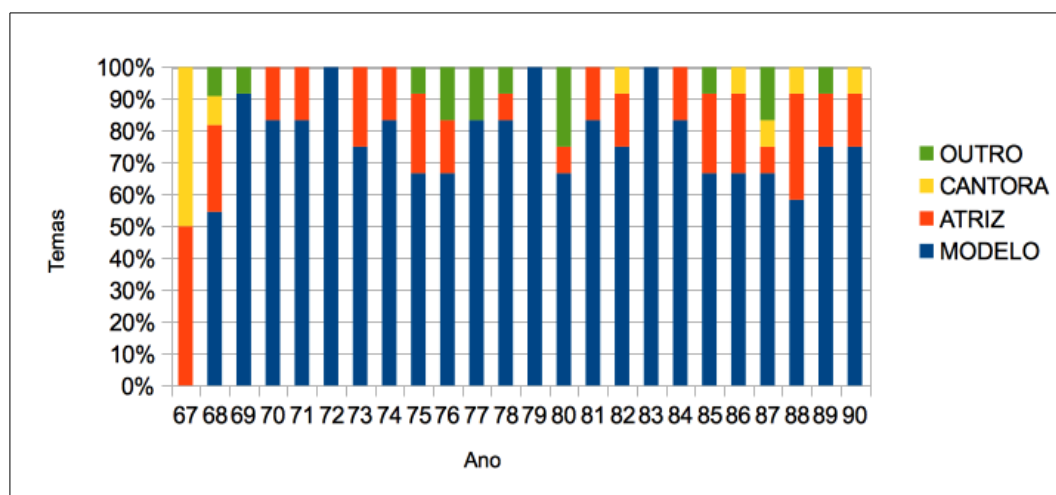
A Photo com certeza não estava interessada na pauta de reivindicações das feministas em 1967 e nos anos seguintes. Muito menos filiou-se aos sonhos ideológicos de maio de 68,

tanto que as fotos dos conflitos com a polícia e das barricadas estudantis só foram publicadas num número especial, dez anos depois. Contudo, também não parecia disposta a deixar a mulher na segurança do seu lar, nem a admitir que elas gostam de homens violentos. A Photo estava colocando mulheres em suas capas, não necessariamente nuas, mas quase sempre com algum apelo erótico. E, eventualmente, dava espaço para fotografias mulheres (entre outras, Charlotte March, Diane Arbus, Bethina Rheims e Leni Riefenstahl). Os principais nomes do conselho editorial da Photo, como Roger Théron, Frank Ténor e Raymon Mouly, tinham ligações com o mundo das artes plásticas e da música, onde geralmente a discriminação ao gênero feminino é menor que na grande imprensa em geral. Mas isso, aparentemente, não foi suficiente para a Photo abandonar a mesma postura de objetificação das modelos que imperava no mercado editorial.

As mulheres nos créditos das capas da revista PHOTO

A mulher – seu rosto e seu corpo – é, de longe, a temática mais utilizada nas fotografias das capas da revista francesa Photo. Qualquer análise destas capas, porém, tem alguns limites óbvios, que impedem generalizações apressadas. Trata-se de uma revista francesa, editada por franceses para franceses, em sua maioria fotógrafos amadores ou apreciadores da arte fotográfica. Assim, é preciso cuidado no momento de tirar conclusões estéticas ou sociológicas sobre a representação midiática da mulher. Estamos trabalhando com limites geográficos, históricos e culturais bem determinados, além de, neste momento, consideramos apenas as capas, e não todo o conteúdo editorial da revista. Sabemos, portanto, os perigos que ameaçam uma fuga do particular para o universal. O gráfico a seguir mostra a predominância das mulheres, em especial de modelos, como tema das capas da PHOTO.

Fig. 4 - Temas das capas da revista PHOTO (1967-1990)



Fonte: elaborado pelo autor

Por outro lado, a revista Photo tem algumas características peculiares, que a distinguem das demais publicações de sua área e tornam mais relevantes os dados coletados.

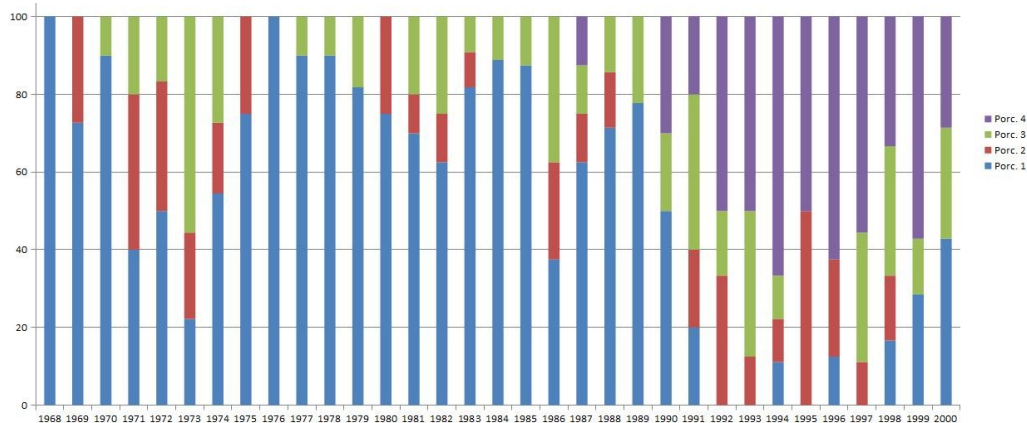
Estas características são:

- a) desde seus primórdios, os editores da Photo abrem espaço para a participação de fotógrafos de outras nacionalidades na elaboração das capas. Entre 1967 e 1990, há mais profissionais estrangeiros que franceses assinando as capas;
- b) as mulheres fotografadas são de várias nacionalidades, embora predominem amplamente as europeias e, entre elas, as francesas. Cremos que o estudo da forma como essas mulheres são apresentadas e creditadas pela revista ao longo do tempo pode fornecer indícios sobre a representação da figura feminina pela mídia europeia, que tem influência importante no mundo inteiro;
- c) a Photo tem uma nítida vocação para a circulação internacional, o que pode ser comprovado através das várias tentativas de editar a revista em outros países (Inglaterra, Estados Unidos, Itália, Espanha e Japão) e para a sempre crescente importância das vendas da edição francesas no estrangeiro.

Para tentar detectar como a revista creditou especificamente as modelos das capas, fizemos um levantamento considerando quatro possibilidades:

- PORCENTAGEM 1 - a modelo não tem qualquer tipo de identificação na revista (permanece anônima) – EM AZUL;
- PORCENTAGEM 2 - a modelo é identificada apenas pelo primeiro nome, no interior da revista (sumário) - EM VERMELHO;
- PORCENTAGEM 3 - a modelo é identificada com nome e sobrenome no interior da revista (sumário) – EM VERDE;
- PORCENTAGEM 4 - a modelo é identificada na capa – EM ROXO.

Fig. 5 - Créditos das modelos nas capas da revista PHOTO (1968-2000)



Fonte: elaborado pelo autor

Neste gráfico, que expressa unicamente o universo das modelos que aparecem nas capas (cantoras, atrizes e outros temas ficaram de fora), fica evidente que não houve um lento processo de subjetivação (inclusão do nome). Aconteceu, isso sim, uma mudança abrupta no final dos anos 1980 e, especialmente, durante os anos 1990. O percentual de modelos sem qualquer tipo de crédito cai bastante (é zero em 1992 e 1993), enquanto o de modelos nominadas na capa cresce significativamente (66% em 1994). É, sem dúvida, uma nova atitude editorial.

A primeira hipótese para explicar essa mudança é a troca do diretor de publicação da revista. Em outubro de 1987, Michel Decron (que estava no posto desde 1984) é substituído por Eric Neveu. Já no segundo número que Neveu comanda (o 243, de novembro de 1987), a modelo Estelle Lefébure é creditada na capa (apenas com o primeiro nome). Em 1990, que detectamos como o ano da *virada*, Neveu ainda é o diretor de publicação (só sairá em 1993). Fotógrafo e artista plástico com influências explícitas (conforme informações de seu site pessoal) dos movimentos surrealista e hiperrealista, assistente de Daniel Filipacchi (dono da Photo por muitos anos e colecionador de arte), desde 1972, Neveu também é conhecido por seus trabalhos na revista Penthouse (EUA), como fotógrafo, e na Newlook (França), como editor.

A segunda hipótese, que complementa a primeira, é que a modificação na forma de ver as modelos não partiu do mercado editorial das revistas de fotografia, nem especificamente da Photo, e sim do mercado da moda. Em seu livro “Nas sombras de um sonho: história e linguagens da fotografia de moda”, o italiano Claudio Marra detecta as transformações sofridas nesse segmento desde os seus primórdios, no fim do século 19. Para Marra, desde lá

até nossos dias, há uma constante oscilação entre *fotografia de moda*, em que a ênfase está na representação do vestuário, e a *moda da fotografia*, em que os comportamentos são mais importantes que as roupas. Marra detecta uma novidade importante nos anos 70:

Se quiséssemos sintetizar em uma fórmula o fenômeno mais importante que aconteceu na fotografia de moda por volta dos anos 70, seria necessário, sem dúvida, dizer que, desde então, se confirmou de maneira definitiva a passagem do “corpo vestido” ao “vestido corporalizado”. É, de fato, a partir dessa década que a produção fotográfica começa a apresentar, de modo cada vez mais claro, situações comportamentais, “tranches de vie”, nos quais o verdadeiro tema não é mais o vestido em si, mas sim o vestido encarnado. O próprio fenômeno das top-models, que também começa a se delinear nesses anos, é, pelo menos em parte, reflexo de uma situação na qual se sente a necessidade de substituir a fórmula tradicional “roupa + modelo” por um corpo único, real, efetivo, identificável em um nome e em uma personalidade. (2008, p.163)

Muitos dos fotógrafos desse período citados por Marra – Guy Bordin, Helmut Newton, Deborah Turbeville, Sarah Moon e David Bailey - tiveram presença constante na Photo (inclusive em suas capas). Moda, publicidade e fotojornalismo são os mercados principais dos profissionais da imagem que publicam seus trabalhos na Photo. Consideradas apenas as capas, moda e publicidade são amplamente majoritárias. Desse modo, é natural que as convenções estéticas e, principalmente, as relações entre fotógrafos e modelos, tenham migrado das revistas de moda e dos anúncios publicitários para as capas da Photo. Se, na moda e na publicidade, as modelos, por muito tempo, não passavam da cabides para as roupas e para os demais artigos que ofereciam aos consumidores, sendo pagas para oferecer apenas a sua imagem (e não sua personalidade, ou o seu nome), por que seria diferente nas capas da Photo? Isso explica a grande diferença no tratamento de atrizes e cantoras, que vêm de ambientes bem diferentes, ligados à “arte”.

A *top-model*, assim, é, antes de tudo, uma modelo com nome, subjetividade e personalidade. As *top-models*, mesmo muito jovens, como Estelle Lefébure e Claudia Schiffer têm até uma história pessoal, que é narrada pela Photo nos ensaios por ela estrelados. No caso de Schiffer, a Photo reproduz capas de 12 diferentes revistas de moda que exibem fotos da modelo alemã nos anos de 1989 e 1990. E, atenção!, em nenhuma dessas capas aparece o nome de Claudia Schiffer. Não temos dados sobre os créditos internos, mas provavelmente a modelo está creditada de forma discreta. Coube à Photo, contudo, e não às publicações de moda, dar à estrela uma posição de sujeito, nomeando-a na capa. Essa nova prática editorial da Photo não é ainda uma norma. Nos 10 números seguintes da revista, encontramos apenas duas edições com as modelos nomeadas: a 274 (julho de 1990), com a

top australiana Elle McPherson, e a 279 (dezembro de 1990), novamente com Claudia Schiffer. Podemos afirmar, no entanto, que o processo fortaleceu-se nos anos seguintes, com constantes citações nas capas de modelos como Helena Christensen (da Dinamarca), Kate Moss (da Inglaterra), Carla Bruni (da Itália), Linda Evangelista (do Canadá), Eva Herzigova (da Tcheco-Eslováquia) e Christy Turlington (dos EUA). Esta pequena, mas significativa, lista também mostra que o fenômeno das *top-models* era de âmbito internacional. No gráfico abaixo, podemos verificar a situação de 1987 a 2014. Utilizamos as mesmas categorias do gráfico anterior:

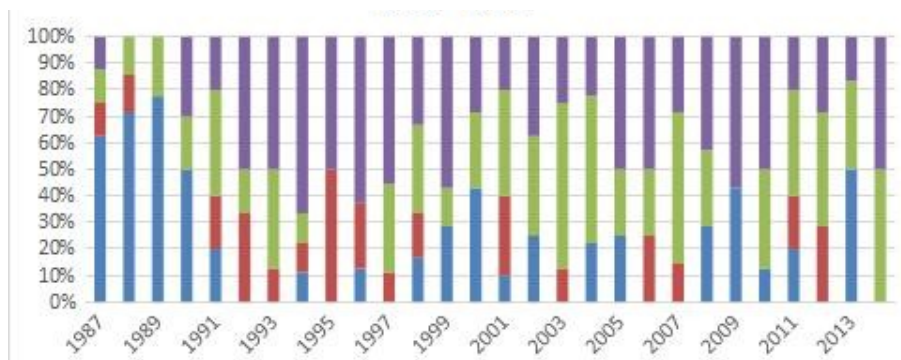
PORCENTAGEM 1 - a modelo não tem qualquer tipo de identificação na revista (permanece anônima) – EM AZUL;

PORCENTAGEM 2 - a modelo é identificada apenas pelo primeiro nome, no interior da revista (sumário) - EM VERMELHO;

PORCENTAGEM 3 - a modelo é identificada com nome e sobrenome no interior da revista (sumário) – EM VERDE;

PORCENTAGEM 4 - a modelo é identificada na capa – EM ROXO

Fig. 6 - Créditos das modelos nas capas da revista PHOTO (1987-2014)



Fonte: elaborado pelo autor

A quantidade de capas em que o nome da modelo aparece na própria capa (EM ROXO) ou em que é creditada com nome e sobrenome (EM VERDE) é nitidamente superior ao período pré-1987. E, embora ainda apareçam em alguns anos, o número de modelos de capa sem qualquer crédito (EM AZUL) é muito menor. Entre 1990 e 2014, sucedem-se diferentes diretores de publicação na Photo, mas a tendência é mantida. A Photo, assim, a partir do fenômeno das *top-models*, confere às modelos de suas capas uma posição um pouco

mais digna, tratando-as como sujeitos, em vez de objetos. A nosso ver, a origem dessa alteração está nas indústrias da moda e da propaganda.

Na estética na fotografia de moda, a partir dos anos 1990, as imagens hegemônicas não são mais das roupas, e sim das modelos (que podem até estar nuas ou seminuas) como símbolos de determinados comportamentos e atitudes. Para fazer propaganda, é mais importante levar o consumidor a imaginar-se em determinado cenário, acompanhado de determinadas pessoas, executando determinadas ações, que fazê-lo ver e conhecer o produto anunciado. As marcas dos grandes costureiros e das linhas de produtos são cuidadosamente posicionadas em relação às faixas etária e social. O feliz resultado prático, para a Photo, é uma abundância de imagens vindas da moda e da publicidade que podem povoar tranquilamente as capas, pois não há vinculação direta com algum produto. A Photo, em ocasiões especiais, ainda encomenda capas para seus fotógrafos preferidos, mas o usual é que as imagens sejam retiradas de sessões pagas pelas revistas de moda, ou pelas agências de propaganda. Outra fonte bastante comum são os calendários (o da Pirelli ficou famoso), que podem também ser considerados publicidade. Resumindo: a Photo aproveitou ao máximo uma nova estética na moda e na publicidade e, com algum pioneirismo, contribuiu para o início do processo de subjetivação aqui analisado, à medida que nomeava, com frequência cada vez maior, as modelos em suas capas.

Quem credita (ou não) a modelo nas capas de PHOTO?

Em “Diário de um ano ruim”, livro do escritor J.M.Coetzee que mistura ensaios sobre cultura e narrativa ficcional, há um capítulo com o título “De ser fotografado”. Coetzee discorre, basicamente, sobre um retrato do dramaturgo Samuel Becket no livro “Written Lives” (Vidas escritas), de Javier Marías. A tese principal é a seguinte:

O fato é que fotógrafos vão para uma sessão de fotos com algo preconcebido, quase sempre um clichê, sobre o tipo do retratado, e batalham para consubstanciar esse clichê nas fotografias que tiram (ou, para acompanhar a expressão de outras línguas, que fazem). Eles não só colocam o retratado na pose que lhes dita o clichê, como, ao voltar para o estúdio, escolhem dentre as fotos aquelas que estão mais próximas do clichê. Chegamos assim a um paradoxo: quanto mais tempo o fotógrafo tem para fazer justiça ao retratado, menos provável é que essa justiça seja feita. (COETZEE, 2008, p. 212)

Coetzee flagra uma característica óbvia da fotografia, que geralmente não é percebida

pelo consumidor de imagens: há um sujeito atrás da câmera, com determinadas ambições (estéticas, comerciais, ideológicas, etc.) no momento de construir uma fotografia e - talvez um fato ainda mais importante – também quando vai selecionar a que será publicada. Nesta última ação, o fotógrafo que trabalha para a capa de uma revista geralmente estará acompanhado de um editor e/ou de um artista gráfico. Vale lembrar que Coetzee está falando de um retrato. Teoricamente, o fotógrafo procura registrar a personalidade do sujeito que está na frente da objetiva. Numa foto para a capa da Photo, destinada a “vender a revista”, o compromisso com a subjetividade do(a) fotografado(a) tende a ser ainda menor.

Examinando as fontes das fotos de capa da PHOTO, encontramos as seguintes possibilidades:

- a) foto especialmente encomendada para um fotógrafo;
- b) foto retirada de um ensaio do fotógrafo para a indústria da moda;
- c) foto retirada de um ensaio do fotógrafo para outra revista;
- d) foto retirada de um ensaio autoral do fotógrafo.

Independente da origem da foto, é relevante notar que, no começo do processo que levará (ou não) ao crédito da modelo, está a relação entre ela e o fotógrafo. Se este, desde o início encarou sua modelo como um objeto a serviço de seu trabalho, não é de espantar que apenas seu nome esteja creditado. O anonimato da modelo, assim, seria uma consequência *natural* de como as indústrias da moda e da publicidade percebem as modelos. Os editores da Photo, contudo, se decidissem agir no sentido de dar às modelos o papel de sujeitos, poderiam exigir que os fotógrafos fornecessem os nomes para publicá-los. Isso não aconteceu até o final da década de 1980.

A edição de n.33, de junho de 1970, é um bom exemplo para nossa reflexão. A chamada da capa é “28 Páginas extras: a mulher por 4 mulheres” (“*28 pages extra: la femme par 4 femmes*”). Abaixo da foto da capa – uma mulher de cabelos louros com uma roupa que lhe cobre os ombros e o torso, mas deixa parte dos seios à mostra – há uma legenda: “O Inverno: por Charlotte March, uma das quatro mulheres-fotógrafas” (“*L’hiver: par Charlotte March, l’une des 4 femmes-photographes*”). A modelo da foto não está creditada, nem na capa, nem no interior da revista. Além de Charlotte March (francesa), a edição publica trabalhos de Sarah Moon (francesa), Chantal Wolff (alemã) e Sacha (holandesa). São 22 fotos no interior da revista, e em todas aparecem modelos mulheres. Destas, apenas cinco são

creditadas com nome e sobrenome. Nove não têm crédito algum, e oito têm apenas o primeiro nome creditado. Nada, portanto, nesta edição, aponta para uma defesa mais forte da subjetivação das modelos quando as fotógrafas são mulheres. Elas parecem igualmente subjugadas pelas convenções dos mercados da moda e da publicidade.

Conclusão

Não colocar, em lugar algum, o nome da modelo que aparece na capa de uma revista de fotografia pode parecer um fato de menor importância, frente a outras injustiças praticadas contra as mulheres - como salários menores para os mesmos trabalhos quando praticados por homens, ou vários tipos de preconceitos -, mas, na verdade, quando a mídia retira das mulheres a condição de sujeitos, tratando-as como objetos a serviço de fotógrafos, editores e publicações, todo o sistema machista é reforçado. Compreender porque isso acontece, listando explicações sociológicas ou históricas, não diminui o tamanho do estrago. Daniela Auad, em “Feminismo, que história é essa?”, lembra que as feministas

[...] têm certeza de que existe uma opressão específica a todas as mulheres. Uma opressão que se manifesta nas fábricas, escritórios, escolas, famílias e nas ruas. Essa opressão também se expressa na cultura da sociedade, com músicas, jeitos de dançar, de vestir, de falar e com o que as pessoas acham que é “certo e errado” para homens e mulheres. (AUAD, 2003, p.87)

Registramos o modo tradicional (e machista) com que a revista Photo tratou as mulheres que aparecem em suas capas de 1967 até o final dos anos 1980. Notamos que mulheres cantoras e atrizes tinham direito a uma subjetividade negada às anônimas modelos. Percebemos que os editores da Photo, nesse período, não eram muito diferentes de seus colegas da imensa maioria das publicações de fotografia, e que seu comportamento foi importado do mundo da moda e da publicidade. Contudo, notamos também que a Photo mudou a partir de 1990, quando o surgimento das *top-models* revolucionou as revistas de moda.

A partir do período comandado por Eric Neveu, a Photo deu início a um processo de subjetivação que certamente tem seus altos e baixos, mas que pode ser facilmente detectado e estudado. Apesar deste ensaio limitar-se, quase em toda a sua extensão, à análise do conteúdo e das formas das capas, em alguns momentos – como a inclusão de fotógrafas mulheres nos

editoriais – também foi possível verificar um esforço para a valorização da presença feminina no universo das imagens técnicas. A melhor revista de fotografia do mundo não escapou ao espírito de sua época, mas contribuiu, a partir de 1990, para torná-lo um pouco menos machista.

REFERÊNCIAS

ARTSPER. **Eric Neveu**. Disponível em <<http://www.artsper.com/fr/artistes-contemporains/france/1178/eric-neveu>> Acesso em 31/03/2016

AUAD, Daniela. **Feminismo: que história é essa?** Rio de Janeiro: DP&A, 2003

COETZEE, J.M.. **Diário de um ano ruim**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008

ERIC NEVEAU. Site pessoal disponível em <<https://ericneveu.com>> Acesso em: 11/04/2016

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

NELMES, Jill. Gender and film. In: NELMES, Jill (org.) **Introduction to film studies**. Abingdon: Routledge, 2012

PHOTO, ed.33. Junho 1970. Paris: Union des Editions Modernes. Publication Filipacchi

PHOTO, ed. 243. Dezembro 1987. Paris: Editions des Savanes. Publication Filipacchi

PHOTO, ed. 260. Maio 1989. Paris: Editions des Savanes. Publication Filipacchi

PHOTO, ed. 270. Março 1990. Paris: Editions des Savanes. Publication Filipacchi

UGOLOTTI, B.M. **Enciclopédia da Civilização e da Arte**, I Volume. São Paulo: Martins Editora, 1962

WIKIPEDIA. **Praxíteles**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Praxiteles>> Acesso em 09/04/2016

WIKIPEDIA. **Summer of love**. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Summer_of_Love> Acesso em 09/04/2016

WOODFORD, Susan. Grécia e Roma. In: **História da arte da Universidade de Cambridge**. São Paulo: Círculo do Livro, s.d.