



A perspectiva monocular da moda: considerações sobre o *habitus* visual

JOÃO DALLA ROSA JÚNIOR ¹

Introdução

Acerca do campo da comunicação de moda, podemos perceber que as revistas se configuram como os principais meios de veiculação de informações, principalmente no que se refere à difusão da produção realizada por designers e/ou marcas de moda. Ainda que possamos pensar que o fenômeno da internet tenha ampliado a atuação de diferentes profissionais do campo e, inclusive, tenha gerado o surgimento de novos profissionais, como é o caso das blogueiras, a revista enquanto uma instituição se impõe como integrante da instância de legitimação com alto poder simbólico que articula a relação entre diferentes agentes sociais para a produção do significado de moda. Através da revista, podemos estar diante da ideologia da moda (BARTHES, 1979) que se expressa por uma retórica que disfarça a razão comercial de qualquer informação. A ideologia está evidente em qualquer formato da revista e qualquer elemento visual ou verbal será empregado para compor uma representação do vestuário que fará jus ao posicionamento que o meio de comunicação ocupa dentro de campo social no qual está inserido (BOURDIEU, 2009).

Minha intenção neste texto é propor um caminho através da noção de espaço que é possível captar da observação da revista em seu conjunto e das imagens em particular. Como espaço, podemos definir um intervalo demarcado por limites visíveis e no qual se compreenda a junção das três dimensões – altura, largura e profundidade – de uma área perceptível, encerrando, portanto, uma forma (ARNHEIM, 1995). Esta noção de espaço que utilizo aqui se associa a uma apropriação do conceito de perspectiva de Erwin Panofsky (2003) e pelo qual podemos apreender o modo como o espaço é representado numa imagem. Para Panofsky (2003: 11), a perspectiva pode ser entendida a partir de sua etimologia que indica o sentido amplo de “ver através” ou mesmo de uma designação mais específica que sugere um plano sobre o qual, e através dele, se projeta um espaço unitário.

No campo da comunicação de moda e, em especial, frente à fonte documental que uma revista representa, por espaço poder-se-ia indicar qualquer área sob a qual se encontram as informações: o fundo branco das páginas, os blocos de textos, os conjuntos de imagens, etc. Além disso, a noção de espaço também alude, como mencionado anteriormente, à percepção daquilo que Barthes (1979: 285) apontou pelo termo *décor*: cenários que são encontrados, principalmente, nos

¹ SENAI CETIQT/ PUC-Rio, Doutor em Design pela PUC-Rio.

editoriais formados por fotografias de moda, e que remetem à relação “figura *versus* fundo” a partir de uma analogia entre moda e teatro. Ainda poderíamos indicar os espaços apresentados pelos registros fotográficos dos eventos de moda, em especial dos desfiles, e que visam representar os acontecimentos que permitem a formulação do conteúdo *fashion*. Apesar desta enorme variedade de sentidos, me dedicarei à última indicação, já que ela faz com que mantenhamos uma designação do problema visual apontado pela própria definição: o espaço representado como uma forma de visualização das representações e práticas sociais do campo da moda. Embora Panofsky realize seu estudo sob o contexto artístico do Renascimento, a definição de espaço associada à perspectiva desperta a atenção ao conjunto de técnicas que permite que o espaço seja representado nas imagens. Assim, o espaço a que me refiro corresponde a uma construção social da realidade fruto da percepção. Pelas técnicas, percebe-se a ação de uma projeção abstrata de regras que configuram um espaço homogêneo pelo qual entramos em contato com uma imagem do mundo. Mais do que um espelho, a metáfora aqui poderia ser a da função de uma janela, como apresentada por Belting (2015) sobre o olhar ocidental em comparação ao muxarabi oriental.

Sob este recorte, gostaria de sinalizar dois tópicos fundamentais para que possa contextualizar o ponto de partida deste artigo. O primeiro se coloca pelo pressuposto técnico da perspectiva de que a construção visual do espaço representado se dá através de um único olho cujo estado é sempre imóvel. Este pressuposto é apresentado por Panosky (2003) e se sintetiza pela aplicação da geometria euclidiana na projeção do espaço sobre um plano no qual todas as linhas convergem para o ponto de fuga que se encontra localizado na linha do horizonte, isto é, à altura dos olhos do observador. Doris Kosminsky (2008: 41) chamou este pressuposto de “olhar ciclópico” já que ele se relaciona à construção do olhar clássico formulado a partir do quattroceto italiano. Ele é ciclópico por que o ponto de vista, que designa a posição do observador, corresponde a um único olho de onde todas as linhas de projeção emanam para a percepção do espaço e dos objetos que o compõem.

Jonathan Crary (2012) se dedicou ao estudo da construção do olhar clássico, destacando principalmente o papel da câmara obscura no contexto de uma tradição filosófica racionalista e empirista cuja crença se apoiava na noção de que a “observação conduz a deduções verdadeiras sobre o mundo” (CRARY, 2012: 35). A câmara obscura realizava um processo de individuação do observador, já que ele permanecia isolado e recluso da realidade exterior que se punha a observar. Para o autor, o dispositivo permitiu “separar o ato de ver e o corpo físico do observador, ou seja,

descorporificar a visão” (CRARY, 2012: 46). Assim o pressuposto do olhar ciclópico passa a ser a de um observador cujo corpo é um só olho.

O segundo tópico que eu gostaria destacar se refere à realidade exterior. A perspectiva demarca um espaço representado a partir da síntese de um espaço real que é percebido pelo observador. Para pensarmos a representação do espaço nas imagens presentes na revista de moda, temos que visualizar o espaço real, isto é, tridimensional, em que os acontecimentos de moda ocorrem e analisar de que forma a visibilidade é organizada em relação ao olhar, isto é, quais são os pontos de vista. Nesse sentido, o espaço está circunscrito no âmbito do visível e se relaciona à esfera de um poder que coloca os agentes e as instituições em oposição: dominantes e dominados. Cabe destacar que o invisível, ou aquilo que não é visto, também assume uma importância, pois sinaliza estratégias de dominação que são materializadas por tecnologias de controle. O espaço, dessa forma, é entendido como um limite sob o qual o agente atua e do qual ele precisa ter a percepção tridimensional para que possa realizar suas escolhas em relação às representações dos acontecimentos de moda que circularão nas revistas através das imagens.

Frente a tudo isto, é possível apresentar o objetivo deste texto: realizar alguns apontamentos sobre o espaço como uma categoria que evidencia a construção do *habitus* visual (BOURDIEU, 1996: 355) do campo da moda através da relação entre a realidade tridimensional dos desfiles de moda e as imagens contidas nas revistas que retratam estes acontecimentos. Em outras palavras, a ideia do texto é comparar as referências sobre a percepção visual do espaço tridimensional e a produção gráfica das fotografias de moda, levando em consideração o modo como as imagens registram uma perspectiva acerca das criações do vestuário apresentadas em desfiles e a maneira pela qual sintetizam um código visual que representa a interação entre a mídia e os eventos de moda.

Durante o desenvolvimento do texto, consultei algumas imagens oriundas de revistas e esbocei alguns esquemas visuais para realizar as análises a que me proponho. As imagens não são empregadas a partir de um recorte temporal específico. Ao contrário, são utilizadas na medida em que correspondem a índices da realidade e apresentam traços acerca do espaço enquanto elemento compositivo da percepção. Nesse sentido, o texto corresponde a uma narrativa do meu olhar e convida o leitor a compartilhar a interpretação da minha própria percepção.

O olho da passarela

Observando as páginas das revistas, verificamos que há duas formas mais recorrentes de imagens de desfiles. A primeira se configura pela apresentação central da modelo sobre o fundo da passarela. A imagem adota um formato retangular verticalizado, deixando evidente somente um pequeno espaço entre a silhueta vestida e a borda da imagem. Neste pequeno espaço, encontramos os traços da passarela que, devido ao recorte da imagem, se tornam pequenas manchas de cores. Assim, o resultado desta primeira forma, na verdade, se assemelha ao jogo entre figura e fundo presente nas imagens dos editoriais que empregam o fundo infinito. Há somente a visualização de dois planos: o da figura à frente e do fundo atrás. O que se diferencia na comparação é a postura da modelo.

A segunda forma das imagens dos desfiles é aquela em que só há a silhueta recortada sob um novo fundo, muitas vezes o próprio branco da página da revista. Ou seja, todos os resquícios da passarela e do espaço do desfile são apagados e o único sinal de que aquela imagem é fruto do registro do evento é o gesto da modelo: seu andar marcado pela passagem das pernas, seu olhar centralizado e o alinhamento dos membros que demonstra o rastro do movimento.

É importante destacar que a primeira forma nos remete ao debate da neutralidade do espaço. A representação da passarela com o mínimo de recursos visuais – somente a aplicação da cor e sem o emprego da perspectiva – indica uma solução que parece ocultar qualquer interferência que influencie a atenção ao que se desfila, no entanto, não quer dizer que não haja a necessidade de mostrar a procedência do registro. O que parece acontecer é que, mesmo sem a evidência da perspectiva linear da passarela, a representação indica um espaço unitário, conforme já advertido por Panofsky (2003: 11). Além disso, a diferença entre as duas formas, principalmente no que se refere à permanência dos traços da passarela e da representação do espaço, me parece que resulta de uma hierarquização da mensagem que a revista comunica e de como a imagem do desfile reforça a construção do sentido. Quando a intenção é relacionar produtos que estão sendo comercializados com as referências das passarelas, bastam imagens das silhuetas. Já, quando o propósito é circunscrever os efeitos dos desfiles, a passarela aparente equaliza as imagens, destacando o espaço de origem dos registros. Embora possamos notar estas diferenças sobre a representação do espaço, cabe destacar que o corpo representado pelas fotografias das passarelas possuem semelhanças em qualquer uma das formas das imagens dos desfiles. A “camada mortífera da Pose”, como diz

Barthes (1984: 30), nas passarelas, é marcada pelo andar das modelos, sua inclinação corporal, a gestualidade dos braços e, principalmente, a frontalidade do corpo. O conjunto assinala a posição da tomada do registro fotográfico e, portanto, representa uma possibilidade de compreensão do espaço tridimensional do desfile.

Ainda que possamos dizer que não encontramos a perspectiva linear nas imagens das passarelas, já que nas duas formas citadas acima se percebe a valorização do corpo nas formulações compositivas e a sugestão de um espaço plano e sem profundidade, o conjunto de técnicas de representação da perspectiva linear está lá. Não podemos desconsiderar que parte das imagens que observamos nas revistas são tratadas, isto é, modificadas pela edição cujo objetivo é eliminar os elementos não significantes. Em outras palavras, estas imagens sofrem com a ação do recorte, fazendo com que aquilo que vemos, na verdade, não represente o todo do ato fotográfico.

Para explicar o que estou dizendo, gostaria de sugerir a descrição do espaço do desfile de modo que possamos visualizar o conjunto de elementos que fazem parte da composição da fotografia. Vou mencionar a organização mais recorrente e, portanto, padrão do campo da moda. De um modo geral, a passarela se organiza como uma plataforma retangular e alongada cujas extremidades mais distantes marcam o posicionamento de dois agentes importante dos desfiles: os fotógrafos e as modelos. Elas caminham de uma ponta a outra da plataforma para que sejam registradas durante seu andar. Os fotógrafos ficam imóveis na outra extremidade, esperando o momento do *click*. Ao longo da plataforma, o público se coloca nas margens mais alongadas e observa a modelo de perfil se deslocar em seu trajeto.

Por meio da indicação de um fotógrafo, cheguei à agência FOTOSITE que corresponde a uma plataforma digital de oferta de imagens dos grandes eventos de moda no Brasil e no mundo. Com a assinatura de um contrato, tem-se acesso ao banco de imagens do site e pode usá-lo em suas publicações. Especula-se que esta agência seja responsável pela maior parte das imagens que circulam nas mídias brasileiras, visto que há anos estão presentes nos eventos nacionais e possuem grande abrangência no mercado internacional. Sem acesso ao banco de imagens, mas pela simples observação do material disponibilizado na abertura da homepage, foi possível notar que a construção das imagens dos desfiles enquadra a passarela

sob uma perspectiva convergente, demarcando o ponto de fuga pelo qual se pode verificar a linha do horizonte do observador.

Em análise das imagens disponibilizadas na FOTOSITE, percebe-se que o espaço representado nos registros dos desfiles cria rastros de linhas com as quais se pode chegar ao ponto de fuga da composição. A passarela, em sua forma, é demarcada por contornos que passam a se tornar linhas convergentes nas fotografias. O público flanqueando a plataforma configura paralelas às linhas da passarela. Algumas vezes, a cenografia dos desfiles emprega elementos que reforçam a representação do espaço e, por último, mas não menos importante, o próprio alinhamento das modelos é uma excelente pista para a verificação do campo visual. Nas imagens das revistas, estes traços são pouco evidentes devido ao recorte que as fotografias sofrem pela edição. No entanto, em uma observação muito apurada é possível perceber que a luz e a sombra podem indicar a formação do ponto de vista. De qualquer forma, a posição do fotógrafo em relação à passarela gera um plano no qual todos estes elementos se colocam em diálogo através da conexão das linhas compositivas das imagens.

Para encontrar o ponto de fuga de uma composição, basta alongar, no mínimo duas linhas daquelas citadas acima e, onde elas se encontrarem, estará fixada a marca do infinito da imagem. Além disso, uma das regras da perspectiva é que, sob a linha do horizonte está localizado o ponto de vista do observador e, também, pode estar o ponto de fuga da imagem (ou os seus múltiplos). A linha do horizonte se refere ao nível dos olhos do espectador e o ponto de vista corresponde a uma linha vertical transversal a do horizonte e é onde se encontra o foco de atenção daquele que vê. No caso das fotografias das passarelas, o nível dos olhos não corresponde ao do público, mas à posição do fotógrafo, e o que encontramos são imagens formadas por um único ponto de fuga.

Em meio aos pequenos indícios das fotografias das revistas e aos registros do FOTOSITE, é possível determinar a construção do ponto de fuga resultante do ponto de vista do observador no espaço do desfile. De um modo geral, as linhas convergentes demonstram a formação de uma triangulação, principalmente, a partir das margens da passarela. O ponto de fuga corresponderia ao vértice deste triângulo. Observa-se, ainda, que o ponto de fuga se associa à linha do horizonte e ela está localizada acima da cabeça das modelos que desfilam. Ou seja, o ponto de vista configura um olhar que se direciona de cima para baixo. Como o desfile pressupõe a ação de andar, algumas vezes, as fotografias registram momentos em que

se percebe que a modelo se encaminha para o enquadramento que a colocará dentro do triângulo formado pelas linhas da passarela. Assim, podemos considerar que tanto as imagens de desfiles que apresentam traços da passarela, como aquelas que são recortadas, deixando evidente apenas as modelos, são oriundas de um esquema compositivo que emprega os recursos da perspectiva linear para a formulação da representação do espaço. Apesar da invisibilidade de aplicação das técnicas em algumas imagens, o confronto entre as fotografias demonstra que a perspectiva sugere um espaço demarcado por posições bastante delimitadas e que estão associadas à forma pela qual se deve fazer o registro do evento.

Entre os bastidores dos fotógrafos, há disputa pela posição a ocupar na cabeceira da passarela. Através das informações que obtive com um fotógrafo, pode-se dizer que, geralmente, o espaço dedicado aos fotógrafos pode ser comparado a uma pequena arquibancada sobre a qual, uma parte deles se distribui para tomarem as fotografias. Outros fotógrafos ficam em posições estratégicas, inclusive na plateia, para obtenção de registros de detalhes como acessórios, calçados e até mesmo imagens do perfil das roupas. Segundo as descrições, a dificuldade de tomar as fotografias do desfile é o ângulo, já que os fotógrafos das maiores agências acabam ocupando as melhores posições que proporcionam a representação mais padronizada: a modelo centralizada com a passada correta – pés e pernas alinhadas – sem parecer que esteja caindo. Assim, o ângulo “perfeito” está associado à frontalidade da modelo e à posição do fotógrafo em relação à passarela. Quanto mais descentralizado ele estiver em relação à trajetória da modelo, maior é a chance de deformidade na imagem. Aliás, sabe-se que o desfile se acelerou muito e as modelos não param mais em frente às câmeras como era prática entre os anos 1950 (EVANS, 2001: 39). Ou seja, percebe-se a pressão na ênfase daquele momento que Barthes (1984: 30) nomeou de “breve estalo do barulho do tempo” em relação à ação da fotografia.

Ainda sobre as dificuldades dos fotógrafos, fui informado de que ocorrem ensaios técnicos dos desfiles e neles, os ângulos e a iluminação já são estudados de modo que possam garantir a melhor composição. O cenário também pode se tornar um complicador para os fotógrafos, já que há a inclusão de elementos que talvez concorram com a imagem da modelo. A disposição do público também interfere: pés e bolsas de espectadores geram ruídos visuais quando a plateia está muito próxima da passarela. Não é à toa que os fotógrafos gritam para o público: “tira a perna” e “olha a bolsa” são expressões que podem ser ouvidas para a garantia

da realização do trabalho. Ademais, nem as modelos escapam das ordens dos fotógrafos. Quando o enunciado diz “pra frente”, o que se espera é que a modelo enquadre o seu corpo e mire fixamente a câmera. Em outras palavras, que ela demarque o seu ponto de vista na posição daquele que a observa, fazendo com que haja reciprocidade de olhares e oposição de horizontes. Para exemplificar o que estou comentando, há uma passagem no vídeo *A Costura do Invisível* (2005) em que o fotógrafo avisa à modelo durante o ensaio técnico na passarela: “tem uma marquinha que eu fiz lá, você passou da marca”. A indicação dele é para assegurar que todos os recursos gerem os efeitos desejados.

Portanto, o que podemos perceber é que o espaço representado se associa a uma organização do espaço tridimensional do desfile de modo a garantir que os padrões de composição sejam alcançados. Neste processo, se incluem uma série de estratégias: o andar e a postura das modelos, a posição do fotógrafo, a distância da passarela, o cenário, a luz, entre outros. Embora as imagens das revistas tornem todos os aparatos invisíveis, entre a tridimensionalidade do espaço e sua representação bidimensional, a perspectiva garante a formação de um olhar que passa a caracterizar o próprio campo da comunicação de moda.

A visão vigilante da mídia

Como se pode observar pela descrição que realizei, a imagem do desfile é fruto de um esquema de construção bastante tradicional vinculado à posição imóvel do fotógrafo, o que se assemelha ao perfil do olhar ciclópico. A câmara escura descrita por Crary (2012) ressoa no aparato fotográfico do observado do desfile. Pela câmera do fotógrafo, surge uma projeção ordenada da realidade exterior, cuja consistência e coerência são obtidas pela fixidez do dispositivo. A imobilidade do fotógrafo e o tratamento das imagens parecem impor uma objetividade às representações que anula a subjetividade do olho que utiliza a câmera. Crary (2012: 47) diz que, no século XVII, “a câmara escura impede a priori que o observador veja sua posição como parte da representação”. O mesmo percebemos em relação ao trabalho dos fotógrafos dos desfiles alguns séculos à frente.

Sobre a perspectiva como técnica de organização do espaço, Aumont (1993: 225) diz que ela “instalou-se no teatro para ajudá-lo a hierarquizar os olhares em torno do olhar do rei,

ao passo que, na pintura, cada vez mais considerou-se que a perspectiva centrada ‘representava’ o modo especificamente humano de apropriação do visível”. Assim, quando Barthes (1979) associa a moda ao teatro, é interessante destacar que nesta analogia também reside uma pista para pensarmos o espaço tridimensional do desfile, em especial, na evidência deste olhar ciclópico. A moda e o teatro compartilham a cena: há um espaço real da passarela e um espaço representado onde se desenvolve a ação do desfile em imagem. Tanto o teatro como a pintura se pautaram pelo espaço em perspectiva para a condução do olhar, principalmente, a partir do Renascimento. A primeira marca desta perspectiva foi o centramento: o ponto de fuga no meio da imagem, no caso da pintura, e a construção da cenografia pelo ponto de vista da posição central da plateia no teatro, que geralmente era ocupado pela máxima autoridade do poder local. Aumont (1993: 239) afirma que a pintura já escapou desta “tirania do centro”. O teatro ainda trabalha sob este modo de olhar, pois os prédios o possuem fixado em sua arquitetura. Mas, o que parece é que a moda é atrasada em relação à consciência do seu próprio olhar (SVENDSEN, 2010: 121): no caso dos desfiles, o centramento se associa à frontalidade exigida pela perspectiva das passarelas. Assim, no que se refere à autorreflexividade que a arte adquiriu e que torna a comparação do espaço representado entre as artes visuais e a fotografia dos desfiles, pode-se considerar que a moda permanece distante das transformações sobre a representação moderna do espaço.

A perspectiva das passarelas é monocular pelo modo como ainda hierarquiza o olhar em consonância às formas de divulgação que a revista, enquanto um meio de legitimação, propaga. A organização do teatro pelo olhar do rei talvez corresponda, na moda, à organização do espaço do desfile pelo ponto de vista dos fotógrafos cujo olhar está submetido ao papel da mídia no campo da moda, já que não temos mais o poder da monarquia. A compreensão da mídia, portanto, nos direciona ao poder das forças produtivas no sentido a que Foucault (2011: 223) se refere ao falar do contexto do panóptico: “as técnicas de poder foram inventadas para responder às exigências da produção” e “instauram circuitos de lucro”. Ou seja, a permanência de um olhar ciclópico nas passarelas indica que ele coincide com as estratégias de dominação que o campo de moda emprega para seu funcionamento dentro de uma ideologia que compreende os objetos em ciclos de curto prazo no qual os valores de troca se modificam rapidamente em relação ao tempo (BOURDIEU, 2008: 145).

Em análise do conceito de dispositivo que Foucault aplica em seus escritos, Agamben (2009: 40) amplia a noção para abranger “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”. Nesse sentido, podemos perceber que a revista de moda poderia ser considerada um dispositivo como o panóptico foi compreendido por Foucault. Ela é um meio pelo qual são apresentadas informações que implicam em um processo de subjetivação: através das imagens, o sujeito é produzido e, portanto, seu olhar é construído.

Por este mesmo sentido, a fotografia e o desfile também poderiam ser considerados como dispositivos, pois, na relação que proporcionam aos indivíduos, os colocam no entrecruzamento dos valores sociais que compõem o sujeito. Agamben (2009: 42) utiliza o exemplo do telefone celular para demonstrar que a fase do capitalismo no qual nos encontramos se caracteriza pela acumulação e proliferação dos dispositivos. A fotografia, atualmente, é um dos recursos mais explorados pelo aparelho telefônico. Assim, o que parece acontecer é que os objetos instauram uma dinâmica de sobreposição de dispositivos: a revista de moda é formada pelo resultado de outros, como a fotografia, que, por sua vez, se desdobra do desfile. Em outras palavras, é como se estivéssemos em uma sala de espelhos e os reflexos representassem os efeitos da ação dos dispositivos.

A moda monocular a que me refiro se baseia na ideia de que, mesmo sob efeito de uma aparência panorâmica, as imagens dos desfiles de moda ainda são muito tradicionais em seu modo de produção. Pelo adjetivo panorâmico, aludo a uma qualidade visual oriunda da maneira pela qual o espaço representado faz com que, para os olhos, sempre haja a sensação de que há muita coisa por ver e que tudo precisa ser visto. Doris Kosminsky (2008: 204-212) afirma que o olhar panorâmico se configurou em meados do século XIX a partir da relação entre os aparatos para a percepção visual e a velocidade como fator de sensação do movimento dos objetos. A Revolução Industrial, a modernização dos espaços urbanos, a eletricidade e as ferroviárias foram acontecimentos que intensificaram a experiência da modernidade. Dessa forma, o panorama, enquanto um dispositivo circular no qual o observador entrava e que lhe proporcionava a representação de uma cena (paisagem, território ou cidade), se tornou uma metáfora para a designação da qualidade de fluidez desse modo de olhar.

Embora a quantidade de imagens e a ênfase na individualidade dos objetos fomentem, pelas páginas da revista, um olhar que não se prende a nenhum detalhe, o olhar ciclópico dos fotógrafos dos desfiles se assemelha ao foco que a perspectiva delineou a partir do Renascimento sobre os valores dogmáticos do cristianismo. O único ponto de vista das passarelas parece ressaltar o dogma do desfile para o campo da moda. O que se destaca nesta consideração é que a semelhança entre os valores religiosos e o olhar da moda se dá pelo modo de produção capitalista.

Agamben (2009: 45) sugere que o capitalismo se associa aos preceitos religiosos pela forma como “subtrai coisas, lugares, animais ou pessoas do uso comum e as transfere a uma esfera separada”. Já Crary (2012: 22) diz que, desde o século XIX, fotografia e dinheiro são “formas mágicas que estabelecem um novo conjunto de relações abstratas”. Estas ideias fazem com que avaliemos que, na moda, a revista se torna um dispositivo pela qual se mantém uma valorização de um olhar dogmático sobre o desfile, já que ele realiza a distinção dos produtos em uma associação abstrata entre o capital econômico e aquilo que se torna visível na fotografia. O único olho da revista de moda sobre as passarelas é aquele determinado pelo capital financeiro e simbólico da mídia. Retomando a questão temporal, a perspectiva monocular sugere que as revistas de moda não possuem tempo a perder na produção dos registros dos eventos que são o centro do campo. Além disso, a manutenção de um ponto de vista monocular nas fotografias dos desfiles parece ressoar as considerações de Bourdieu (2003: 201-211) sobre o problema da variação no campo da moda e a crença nos mitos da passarela. O olho fixo e imóvel indica a permanência de posições dos agentes e seus capitais em um campo cujo produto – o objeto do vestuário – sofre mudanças rápidas e constantes, diferente, por exemplo, do campo da arte. A perspectiva monocular congrega a fé nas passarelas, reforça a posição sagrada dos valores da alta-costura e exalta a profecia das tendências de moda.

Então, como compreender a aparência panorâmica da revista à luz das características de dominação do espaço sugerido nas imagens dos desfiles? O modo de produção capitalista no contexto da ação da revista como um dispositivo que formula uma perspectiva monocular da moda permite pensar que a simultaneidade de traços panorâmicos e ciclópicos, na verdade, não representa um problema acerca da visualidade moderna. Ao contrário, em um mesmo período histórico é possível a coexistência de diferentes mídias e modos de ver

(KOSMINSKY, 2008: 102). O que ocorre é que para o capitalismo a interação dos modos de ver favorece a produção contínua do novo. A perspectiva das passarelas, embora monocular, pode adotar a aparência de uma imagem panorâmica na revista de moda, pois o objetivo da informação, neste caso, é a garantia da comunicação comercial do produto. Segundo Crary (2012: 19) “a modernização é um processo pelo qual o capitalismo desestabiliza e torna móvel aquilo que está fixo e enraizado”. Ou seja, se o dispositivo do desfile é o dogma para a revista de moda, a perspectiva da passarela reforça o único ponto de vista necessário para a manutenção do capital, seja ele simbólico ou econômico. A questão é que este ponto de vista se reproduz ininterruptamente através do número de imagens. Assim, a moda não anula uma noção panorâmica e panóptica: ela está evidente no giro do capital que estabelece o olhar dominante e a velocidade de registro e de circulação das imagens, mas ainda sob a perspectiva monocular das passarelas.

Referências

- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo?. In.: **O que é contemporâneo? E outros ensaios**. Chapecó, SC: Argos, 2009, p. 25-51.
- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1995.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papyrus, 1993
- BARTHES, Roland. **A Câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- _____. **Sistema da moda**. São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1979.
- BOURDIEU, Pierre. A gênese social do olho. In.: **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 348-356.
- _____. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre: Zouk, 2008.
- _____. Alta Costura e Alta Cultura. In: _____. **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 2003, p. 205-215.
- _____. O Mercado de Bens Simbólicos. In.: _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009, p. 99-181.
- CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: Visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- EVANS, Caroline. O Espetáculo encantado. **Fashion Theory**, edição brasileira, n.º 2, p. 31-70, jun 2001.
- FOTOSITE**. Disponível em: < <http://agenciafotosite.com>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

FOUCAULT, Michel. O olho do poder. In.: **Microfísica do Poder**. São Paulo: Edições Graal, 2011, p. 209-227.

KOSMINSKY, Doris Clara; CIPINIUK, Alberto; VILLAS BÔAS, Gláucia. **O olhar inocente é cego: a construção da cultura visual moderna**. 2008. Tese (Doutorado)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de artes & design, 2008. Disponível em :<http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/biblioteca/php/mostrateses.php?open=1&arqtese=0410914_08_Indice.html>. Acesso em: 11 jun. 2014

NAKAO, Jum. **A costura do invisível**. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional; São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

PANOFSKY, Erwin. **La perspectiva como forma simbólica**. Barcelona: Tusquets Editores, 2003.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.