



UNILASALLE



CENTRO UNIVERSITÁRIO LA SALLE

ELISABETE DE FREITAS TEIXEIRA

DO RITUAL AO ESPETÁCULO: ENSAIO SOBRE
CASAMENTO, “JUVENTUDE” E EDUCAÇÃO DO OLHAR NA
CULTURA DA IMAGEM

CANOAS

2015

ELISABETE DE FREITAS TEIXEIRA

DO RITUAL AO ESPETÁCULO: ENSAIO SOBRE
CASAMENTO, “JUVENTUDE” E EDUCAÇÃO DO OLHAR NA
CULTURA DA IMAGEM

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do
Centro Universitário Unilasalle, como requisito
para obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientador: Professor Doutor Cleber Gibbon Ratto

CANOAS

2015

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediadas pelas imagens, segundo o qual “o que aparece é bom; o que é bom, aparece.”

Guy Debord

RESUMO

Esta pesquisa tem como tema central o estudo das formas de representação dos rituais de casamento na cultura contemporânea entre jovens e a reconhecida tendência de espetacularização desses eventos na atualidade. Para tanto, foram analisadas vinte e seis fotografias de casamento coletadas das redes sociais, e, posteriormente, desmembradas em três eixos intitulados: casamento como modo de vida, casamento como produto e casamento como espetáculo - promessa de experiência. Para alicerçar esta pesquisa foram utilizados referenciais teóricos do campo dos Estudos culturais e da Semiótica, bem como, autores do campo das artes e fotografia. Por meio das análises, pode-se observar que o ritual de casamento sofreu inúmeros deslocamentos no decorrer dos tempos, principalmente no que se refere aos seus valores, pois a tradição perdeu espaço para a espetacularização tanto do ritual quanto de seus protagonistas; os noivos. Nesse contexto, as imagens servem como ferramenta de visibilidade, com as quais se produzem representações de noivo, noiva e casamento. Em um tempo que as imagens nos chegam a um ritmo acelerado as mesmas ensinam, subjetivam e modelam os jovens contemporâneos, através de uma educação estética do olhar, interferindo em seus modos de ser e conviver nos dias atuais.

Palavras - chave: Educação; Cultura; Casamento; Ritual; Espetáculo.

ABSTRACT

This research has its main theme the study of the representation forms of the marriage rituals in the modern culture between young people and the spectacularization of these events nowadays. Therefore, it was analysed twenty six marriage photographs collected from the social networks, and, subsequently, broken into three axes entitled: marriage as a way of life, marriage as a product and marriage as a spectacular – promise of experience. To consolidate this research have been utilized theoretical references from the field of Culture Studies and Semiotic, as well, authors from the field of Arts and Photography. By the means of this analyses, it can be noticed that the marriage ritual has suffered several displacements in the course of time, mainly concerning its value, since the tradition lost its space for the spectacularization for both the ritual and the protagonists, the fiancés . In this context, the images serves as a visibility tool, wich produce representations of the fiancé, the bride and the marriage. In a time where images come to us in a fast pace, they teach, subjectify and shape the youth of today, through an esthetic education of the seeing, interfering in its ways of being and living in the modern days.

Keywords: Education; Culture; Marriage; Ritual; Spectacle.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	RELATO DE UM PERCURSO.....	13
3	REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
	3.1 Arte, representação e subjetividade	19
	3.2 Casamento como espetáculo e “juventude” contemporânea	50
	3.3 Subjetivação e Educação	60
	3.4 Discutindo os estudos sobre ritual e IMAGENS de casamento	68
4	ANÁLISES.....	85
	4.1 Casamento como modo de vida.....	85
	4.2 Casamento como Produto.....	111
	4.3 Casamento como Espetáculo – PROMESSA DE EXPERIÊNCIA	115
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	126
6	REFERÊNCIAS	129

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Vênus de Willdendorf.	19
Figura 2 e 3 - Gruta de Lascaux	20
Figura 4 - Representação de divindades na forma humana.	21
Figura 5 - Retrato de Nefertite.	22
Figura 6 - Retrato de Carlos Magno.	22
Figura 7 - Jan Vermeer.	24
Figura 8 - Silhueta de Jane Austen.	25
Figura 9 - Jean Auguste.	26
Figura 10 - Heliografia.....	28
Figura 11 - Daguerreótipo.....	29
Figura 12 - Pintura simbolista de Odilon Redon.	30
Figura 13 - Julia Margarete Cameron.	30
Figura 14 - Edgard Degas.	31
Figura 15 - Toulouse Lautrec.....	32
Figura 16 - <i>Portrait carte-de-visite</i>	33
Figura 17 - "Albatros II".	35
Figura 18 - Campanha publicitária da Kodak.	36
Figura 19 - O Cubismo.	37
Figura 20 - Pintura de Giácomo Balla.	38
Figura 21 - Fotodinâmica.....	39
Figura 22 - “Nu descendo uma escada nº 1”.....	39
Figura 23 - “Marcel Duchamp descendo uma escada”.....	40
Figura 24 - Três figuras sentadas na relva.	41
Figura 25 - Marilyn Monroe.	44
Figura 26 - Colagem de Richard Hamilton.....	44
Figura 27 - Adolph de Meyer.....	48
Figura 28 - Príncipe Willian de Orange e a Princesa Mary Stuart.....	76
Figura 29 - Planejamento e resultado.....	85
Figura 30 - O novo ritual de casamento.....	86
Figura 31 - O amor nas redes sociais.	89
Figura 32 - A imagem como prova.	90

Figura 33 - A captura da imagem.	92
Figura 34 - A atuação.....	93
Figura 35 - A expressão do sentimento.....	95
Figura 36 - O despojamento.....	96
Figura 37 - <i>Status</i>	97
Figura 38 - O show.	99
Figura 39 - Longe da tradição.....	100
Figura 40 - Interatividade.....	101
Figura 41 - O corpo e o espetáculo.	103
Figura 42 - Eternizar o momento.	104
Figura 43 - Local paradisíaco.	106
Figura 44 - Atitude.....	107
Figura 45 - O simbolismo.	109
Figura 46 - A mercadorização.....	111
Figura 47 - Conto de fadas.....	114
Figura 48 - A renovação.	116
Figura 49 - O espetáculo.	117
Figura 50 - Performance.	119
Figura 51 - Artistas.	119
Figura 52 - Celebidades.....	121
Figura 53 - A cópia.	121
Figura 54 - A imagem pré-fabricada.....	122

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como tema central o estudo das formas de representação do ritual de casamento na cultura contemporânea, tomando em análise as imagens de casamento no que se refere à técnica, ao padrão estético da linguagem e seus propósitos como representações de memória, levando-se em consideração as relações com a cultura juvenil e a reconhecida tendência de espetacularização dos eventos no mundo atual. Percorre por alguns desdobramentos trazidos pela discussão da forma como o sujeito contemporâneo consome este espetáculo, se apresenta e atua em seus papéis sociais na cultura da imagem, especialmente por meio da fotografia, e compreende também como essas imagens o posicionam e definem, atestando um pertencimento identitário. É investigado, como ocorrem essas transformações que refletem na subjetivação e constroem o sujeito jovem contemporâneo. Busco referência no campo dos Estudos Culturais e na Semiótica, através dos artefatos culturais que atestem as marcas da produção de imagem na cultura contemporânea e que estejam diretamente relacionados ao binômio casamento-juventudes.

A presente dissertação se insere no campo da Educação de modo transversal, a partir da discussão sobre a educação do olhar e experiência estética, na medida em que problematiza o predomínio de uma cultura da imagem que constitui nossos modos de existir e conviver, constituindo por meio dos artefatos culturais e seus usos, práticas educativas informais que modelam nossos desejos, crenças, fantasias, olhares e ações cotidianas.

Na sociedade contemporânea vivemos o crescimento proeminente do fenômeno do consumo e suas transformações, que reconstróem a cada momento instantaneamente as formas de consumir. Chaney (apud YÚDICE, 2004, p. 227) explica que o próprio consumo (incluindo a reciclagem de imagens e representações) “[...] é a modalidade mesma da produção em nossa época”. O consumo é o eixo organizador da ordem social, política, econômica e cultural do presente, em que consumir tornou-se constante e incansável busca por algo novo e impactante. Nos rituais de casamento não poderia ser diferente. Os laços de união e a cerimônia tradicional, na qual o mais importante eram as juras de amor e a celebração da nova família, também são modificados e reconstruídos na mesma velocidade e com a mesma fluidez do sujeito que consome essa sociedade. Atualmente, existe uma comercialização intensa em torno da produção desses rituais, centrados na diferenciação, no luxo e no belo, organizados e produzidos em lugares nada

tradicionais e muito menos simples, denotando a fabricação constante do glamour e da satisfação de quem consome. Nessa situação, o mostrar-se, o aparecer, é adquirir o passaporte para a felicidade. Dessa forma, no mundo das visualidades a cerimônia de casamento passa a ser representada e fundamentada na construção de um senso estético do belo, que se faz necessário a partir da exposição de si afirmando relações de poder, em que cada um é, ao mesmo tempo, ator e espectador na busca do reconhecimento. A fotografia, nesse contexto, como registro e materializada em imagem, constrói a idealização dessa realidade, através da construção de uma linguagem e do olhar do fotógrafo, tornando-se prova e memória social.

Compreende-se que nenhuma sociedade, nem mesmo nossa tecnocracia profundamente secularizada, pode jamais dispensar o mistério e o ritual mágico que são os verdadeiros elos da vida social, as premissas e as motivações inarticuladas que formam a trama coletiva da sociedade e que exigem afirmação coletiva periódica. Entretanto, penso que há uma magia que procura abrir e vitalizar a mente e outra que busca aviltar e iludir. Há rituais que são impostos hierarquicamente verticalizados, mesmo que na atualidade sejam produzidos de modo muito insinuante e aparentemente legitimado pela liberdade de consumo, e há outros em que os homens participam democraticamente, com o objetivo de libertar a imaginação e explorar a autoexpressão.

Estes rituais de casamento sempre estimularam minhas inquietações. Faz-se necessário registrar que a escolha do tema desenvolvido, que é construído por fragmentos hibridizados e intrínsecos, se deu a partir da minha relação com a fotografia desde a infância. Filha de fotógrafo profissional, cresci envolvida com esse mercado, que permanece sempre em expansão e desenvolvimento, com um olhar muito empreendedor e por constante sede de conhecimento. Não somente a fotografia, mas também a educação e a docência auferiram proporção em minha trajetória.

Formada em magistério, porém antes mesmo desta graduação, a educação acontecia no cotidiano profissional a partir da realização de treinamentos em equipe, tanto nos *sets* de estúdio, balcão da recepção, telemarketing ou no ambiente de vendas, sendo ainda exercida esta atividade fora do horário de expediente, enquanto fotografava inúmeros eventos sociais.

Obtive a graduação no Curso Superior de Tecnologia em Fotografia no segundo semestre de 2007, na Universidade Luterana do Brasil, já matriculada em uma Especialização de Arte Contemporânea e História da Arte na própria universidade – esse era o curso com maior embasamento teórico na minha área de formação com o propósito

de maior aperfeiçoamento na área da educação e ensino juntamente com a fotografia. Meu objetivo maior era seguir uma carreira acadêmica, mas, para concretizá-lo, eu teria de ir além, considerando que a especialização seria uma preparação para o futuro mestrado.

No último ano da especialização, decidi trabalhar com uma análise de pesquisa da Fotografia Social para Eventos Sociais, no qual analisei fotografias de casamento de 1920 a 1960. Essas fotografias de casamento foram analisadas enquanto suportes de memória social das famílias canoenses, como portadoras de sentidos e de significados sociais e como patrimônio cultural da cidade de Canoas/RS. O objetivo desse trabalho foi mapear como as memórias sociais dos casamentos foram construídas pelos fotógrafos e noivos na cidade naquele período. Entendo que essas memórias visuais foram fundamentais para a construção das identidades culturais das famílias fotografadas, pois revelaram as memórias sociais dessa comunidade naquele contexto histórico. Afinal, a fotografia social era a minha realidade diária, um trabalho que realizava todos os finais de semana e, posteriormente, esta escolha, transformada em experiência, poderia articular-se a uma futura pesquisa de mestrado. Logo, fundamentada no consumo de um desejo construído e estimulado é que desenvolvo esta pesquisa de mestrado, em uma busca concreta de algumas respostas, as quais vão emergindo da fundamentação teórica e através da análise de imagens.

No capítulo dois, encontra-se o percurso de construção e a metodologia da pesquisa, aportando elementos relevantes utilizados para a coleta, o desenvolvimento e a realização das análises. A metodologia de pesquisa é de cunho eminentemente qualitativo, servindo-se basicamente da análise de imagens e artefatos na perspectiva dos Estudos Culturais e de recursos da Semiótica. A pesquisa encontra-se na forma de um ensaio, o que definirá não apenas um estilo, mas também um modo de operar o próprio pensamento e a pesquisa no campo das Ciências Humanas.

Em seguida, percorro a arte, a representação da figura e da subjetividade – subcapítulo que trata da visão e representação da figura humana pela arte ao longo da história, da construção e transformação da subjetividade a partir da percepção do mundo. Apresento um breve histórico da fotografia, de uma forma geral, desde o seu surgimento, suas descobertas, os processos técnicos, os materiais envolvidos, as transformações propostas por essa nova forma de representação e sua influência nos meios de comunicação e na sociedade em geral.

Adiante, trato da imagem de casamento como espetáculo na cultura da juventude contemporânea, apontando as transformações ocorridas na cultura, nas relações sociais,

assim como as formas de viver e conviver coletivamente em uma sociedade individualizada e narcisista. Efeitos construídos e em grande medida relacionados ao advento da fotografia e dos meios de comunicação de massa. Por fim, desenvolvo análise sobre a subjetivação e educação do sujeito jovem no contemporâneo, sobretudo através da cultura da imagem. Considerando estudos sobre imagens de casamento, identifico os rituais de sociabilização, construção de identidade, representação e registro da relação familiar. Fotografia, dentro desse contexto, “é um sistema de representação, utilizando imagens em papel fotossensível para comunicar significados fotográficos referentes a uma pessoa, evento ou cena em particular” (HALL, 1997, p. 5). Neste interim, o casamento é vinculado à educação a partir do século XVII, com o surgimento da fotografia e as novas formas de representação potencializadas pelo registro e exposição deste ritual.

Dessa forma, o objetivo da presente dissertação é identificar a fotografia de casamento enquanto linguagem, considerando os fatores que influenciaram o seu desenvolvimento, os aspectos sociais, no que se refere a memória e à autoafirmação, atualmente marcada pela espetacularização e publicização das sociabilidades juvenis contemporâneas.

2 RELATO DE UM PERCURSO

Como citado no capítulo anterior, o trabalho que realizei em minha conclusão de curso na Especialização foi planejado e pesquisado já com vistas a uma possível continuidade na carreira acadêmica. A favor desta perspectiva, o curso Superior de Tecnologia em Fotografia da Universidade Luterana do Brasil passava por uma modificação curricular, na qual foi inserida uma nova disciplina, chamada de Fotografia Social para Eventos Sociais - área para a qual eu efetivamente encontrava-me bastante preparada, devido à longa experiência mercadológica e como pesquisadora em formação. Logo, tornei-me docente do curso, na referida disciplina. Esse ingresso foi um período muito rico na realização e construção das aulas, vivido como uma consagração pessoal e profissional.

Eis que, agora, nesta pesquisa, reúno a possibilidade de aprofundar os estudos na área da cultura e da Educação, encarando mais frontalmente o tema da cultura da imagem e suas repercussões sobre os modos de viver e conviver contemporâneos.

A construção dessa pesquisa é operada a partir da temática **juventudes, casamento e espetáculo** e, ao modo de um ensaio teórico, vincula-se ao conjunto das investigações desenvolvidas na linha de pesquisa “Culturas, Linguagens e Tecnologias na Educação” e vinculadas ao Grupo de Pesquisa “Cultura contemporânea, sociabilidades e práticas educativas” (CNPq), liderado por meu orientador. Reafirma a exposição e espetacularização do casamento na cultura da imagem, especialmente por meio da fotografia, engajando-se na compreensão de que este artefato atesta o sujeito socialmente.

Investigo mais detidamente como se dão essas transformações das sociabilidades típicas da cultura da imagem, que subjetivam o jovem contemporâneo identificando e descrevendo como o público jovem é educado e reconstruído na contemporaneidade. Penso que o estudo pode interessar não apenas aos profissionais da fotografia, mas, sobretudo àqueles que se assumem educadores em seu ofício, tendo compreendido que trabalhar com a produção de imagem no mundo atual significa não apenas uma ação de mero registro ou representação de memória. Conforme afirma Souza (2002, p.64), “é preciso aprender a olhar o mundo indo aos detalhes, melhor dizendo, decompor o mosaico para melhor enxergar a figura que reina majestosa no todo de uma revelação figurativa”.

Produzir imagem é, antes de tudo, produzir interferência sobre os modos de olhar, de sentir, de compartilhar e, assim, é um ato educativo por excelência, com forte impacto sobre o que já somos e o que ainda podemos vir a ser.

Para ir ao encontro dos objetivos propostos, foram estabelecidos, de acordo com as necessidades previstas na realização da pesquisa, os seguintes passos:

- realização de levantamento bibliográfico sobre a história da arte e representação da figura, da antiguidade ao contemporâneo, passando pelo surgimento da fotografia e das transformações implicadas por ela;
- fundamentação teórica sobre a história da fotografia, seu desenvolvimento e sua influência na sociedade moderna e contemporânea, operados pelos meios tecnológicos;
- estudo das relações da subjetivação do sujeito e educação estética do olhar, propiciada pelo desenvolvimento de uma cultura de massa, que sofre influência cotidiana das tecnologias digitais virtuais atreladas à cibercultura, às redes sociais e toda a interação que as mesmas proporcionam;
- coleta e análise de imagens digitais virtuais publicizadas em redes sociais, contribuindo para esta pesquisa em três eixos que as relacionam ao ritual de casamento na sociedade do espetáculo: a imagem de casamento fomentada enquanto modo de vida, como produto comercial e finalmente contemplada como exposição espetacular;
- discussão sobre os resultados.

Destaco, ainda referente à coleta de imagens, que as mesmas foram retiradas de sites comerciais e redes sociais totalmente públicas, tornando-se, então, desnecessário qualquer tipo de autorização pessoal, manipulação ou passagem pelo comitê de ética.

Para contemplar essas narrativas, a metodologia desenvolvida na pesquisa é a qualitativa, pelo fato de se considerar que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito na construção de uma identidade e memória, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e os processos de subjetivação, não podendo ser traduzido em números e não requerendo o uso de métodos e técnicas estatísticas.

Se deve estabelecer entre, de um lado, métodos técnicos ou métodos de investigação, ou seja, processos pelos quais a realidade é investigada, ou ainda, “as manipulações analíticas através dos quais o investigador procura assegurar para si condições vantajosas de observação dos fenômenos. (FERNANDEZ, 1959, p.13).

Além de qualitativa, também é híbrida, por possuir aspectos do método histórico, visto que, demanda referência em um conjunto de imagens selecionadas da história da arte, fotografia, cinema e moda, que ilustram o desenvolvimento das linguagens da representação da figura e do casamento, estabelecendo ligação direta com o tema investigado na presente pesquisa. Consideram-se ainda, os aspectos metodológicos do

modo funcionalista, que estuda os grupos sociais em função de seus usos e costumes, no sentido de identificar e garantir a identidade cultural de um determinado grupo.

A teoria busca discutir os cruzamentos interdisciplinares na construção, evolução e representação da imagem, inserida nos campos da história da arte e da fotografia, contribuindo para a formação dos aspectos culturais do sujeito contemporâneo. Este estudo parte da análise de uma seleção de imagens que ilustram e referenciam um intercâmbio de significados, fundamentados na teoria da semiótica e dos Estudos Culturais divididos em três eixos. Todos os eixos são compostos de imagens postadas e coletadas nas redes sociais, sendo que, o primeiro denota a fotografia de casamento representada como um “modo de vida”; o segundo trata da análise de imagens de casamento enquanto “produto”; e o terceiro e último contempla imagens representadas por meio de “espetáculo”.

A aplicação da semiótica na leitura de imagens possui a sua origem na sistematização da percepção, do objeto e do signo. As imagens contam histórias, mostram, enquanto linguagem, a possibilidade de se realizar uma interpretação de seus significados. Neste sentido, a Semiótica de Charles Sanders Peirce ¹ entra em cena como uma eficaz teoria que fundamenta a leitura de imagem.

A teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados. Permite-nos também captar seus vetores de referencialidade, não apenas a um contexto mais imediato, como também a um contexto estendido, pois em todo o processo de signos ficam marcas deixada pela história, pelo nível de desenvolvimento das forças produtivas econômicas, pela técnica e pelo sujeito que as produz (SANTAELLA, 2002, p.5).

Desta forma, a semiótica e a leitura de seus elementos presentes nas produções culturais, mais precisamente nas representações e nas imagens como artefatos culturais estudados, constituem boa parte do processo, em que a sociedade assume o papel de sujeito que interpreta os signos que lhe são apresentados visualmente como cultura visual, realimentando os aspectos culturais e identitários na medida em que subjetivam, constroem, fundamentam e modificam o sujeito e a sociedade contemporânea.

Como aspectos culturais abordados no corpo da pesquisa aponto questões relativas à construção das subjetividades, fabricadas por meio da marcação da diferença - que ocorre tanto por meio de sistemas *simbólicos* de representação quanto por meio de formas

¹ Charles Sanders Peirce (1838-1914), americano, filósofo, cientista, matemático, biólogo, astrônomo, químico, tratou da “ciência dos signos”, a semiótica. Sua teoria fundamenta-se nas questões da linha científico-lógico-filosófica, ou seja, da interpretação dos signos, representações da realidade (SANTAELLA, 2002, p. 47).

de *exclusão* social. Representação é o processo pelo qual os membros de uma cultura utilizam a língua para produzirem significados e somos nós – nas culturas humanas e sociedades – que produzimos estes significados, mudando sempre de uma cultura para outra. Isto ocorre a partir de práticas culturais e discursivas, impostas pelo consumo, através das relações de poder estabelecidas pela publicidade midiaticizada, pela moda, pelo cinema, pelos meios de comunicação e pela evolução tecnológica.

A identidade não é o oposto da diferença, porém a identidade depende da diferença. As formas pelas quais a cultura estabelece fronteiras e distingue a diferença são cruciais para compreender as identidades. A diferença é aquilo que separa uma identidade da outra, estabelecendo distinções. A marcação da diferença é o componente-chave em qualquer sistema de classificação e esses sistemas partilhados é o que se entende por “cultura”.

É assim que a propaganda, a moda, o consumo, a televisão e a cultura da mídia estão constantemente desestabilizando identidades e contribuindo para produzir outras mais instáveis, fluídas, mutáveis e variáveis no cenário contemporâneo. No entanto, também vemos em funcionamento os implacáveis processos de mercadorização. A segmentação do mercado e diversas campanhas e apelos publicitários reproduz e intensifica a fragmentação, desestabilizando as identidades às quais os novos produtos e as novas identificações estão tentando devolver estabilidade (KELLNER, 2001).

A cultura pode ser definida de várias maneiras. Segundo Hall (1997), “cultura incorpora o melhor que se pensou e disse em uma sociedade. É a soma das grandes ideias, representadas nos clássicos da literatura, pintura, música e filosofia – a alta cultura de uma época”. O autor continua afirmando que:

pertencente ao mesmo sistema de coordenadas, mas, mais moderno em suas associações, é a utilização da cultura para se referir às formas amplamente distribuídas de música popular, publicidade, arte, design e literatura, ou às atividades de lazer e entretenimento, que compõem o dia a dia da maioria das pessoas comuns – o que é denominado cultura de massa ou cultura popular de uma época (HALL, 1997, p.2).

A cultura pode também ser definida antropológicamente como sendo tudo que esteja relacionado com o modo de vida de determinado povo, comunidade, nação ou grupo social. Contemporaneamente, em face da virada cultural, entende-se que, a cultura não é somente um conjunto de coisas e sim um processo, um conjunto de práticas, estando em linha direta com a produção e intercâmbio de significados entre os membros de um mesmo grupo social. No entanto, para que essas práticas sociais transmitam valores significativos de representação, se faz necessário que estes significados sejam interpretados de forma comum dentro de um mesmo grupo.

Por sua vez, na medida em que a cultura assume uma posição centralizada na sociedade, quatro importantes fatores ocorrem: a ascensão dos novos domínios, instituições e tecnologias associadas às indústrias culturais que transformaram as esferas tradicionais da economia, indústria, sociedade e da cultura em si; a cultura vista como uma força de mudança histórica global; a transformação cultural do cotidiano; a centralidade da cultura na formação das identidades pessoais e sociais. A cultura passa a ser, então, uma condição constitutiva da vida social e não mais uma variável dependente, o que provocou uma mudança de paradigma nas ciências sociais e nas humanidades, que recebeu o nome de “virada cultural”. Fundamentalmente, a “virada cultural” iniciou com uma revolução de atitudes em relação à linguagem, assumindo uma posição privilegiada na construção e circulação do significado, passando a linguagem a constituir os fatos e não apenas os relatar. Hall (1996) enfatiza a importância da repercussão dessa transformação ressaltando suas consequências nas noções de discurso e texto, engendrando um novo caráter constitutivo e produtivo no cotidiano e na formação das identidades da sociedade.

A importância crucial da linguagem e da metáfora linguística para qualquer estudo da cultura; a expansão da noção de texto e de textualidade, seja como fonte de significado, seja como aquilo que elide ou adia o significado; o reconhecimento da heterogeneidade, da multiplicidade dos significados, do esforço envolvido no fechamento arbitrário da semiose infinita para além do significado; o reconhecimento da textualidade e do poder cultural, da própria representação, como sítio de poder e de regulamentação; do simbólico como fonte de identidade (HALL, 1996, p. 271).

A cultura tornou-se central e passou a possuir aspectos de dimensões epistemológicas, ligadas as diversas áreas do conhecimento, de teoria e de nossas compreensões, sendo que, a partir dos anos 60, com o impacto da virada cultural, a vida intelectual e acadêmica passou a sofrer grandes transformações. Um novo campo interdisciplinar de estudo organizado em torno da cultura começou a se formar, tendo como conceito central os Estudos Culturais. Suas práticas surgiram em meio às movimentações de certos grupos sociais que buscavam se apropriar de saberes e ferramentas conceituais que emergiram de suas leituras de mundo, buscando a valorização de uma educação em que pessoas comuns tivessem seus interesses contemplados. Com base nesse pensamento, desenvolveu-se o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade de Birmingham. Os Estudos Culturais se desenvolveram a partir de diversas linhas de teorização e análise nas ciências humanas e sociais, levando em consideração as interfaces entre as diversas áreas do conhecimento, promovendo a investigação interdisciplinar, transdisciplinar e às vezes contradisciplinar, salientando temas da

atualidade para abranger concepções amplas e também mais específicas de cultura. Logo, os Estudos Culturais estão comprometidos com a hibridação das práticas comunicativas da sociedade abordando o estudo de todas as artes, crenças, instituições e tecnologias, denotando, em suas características, uma miríade de reflexões, buscando problematizar e transformar os campos de diversos saberes. Entre eles, os estudos das tradições de análise textual (visual e verbal), à crítica literária, a história da arte e os estudos de gênero, a história social, bem como a linguística e as teorias da linguagem, a área das humanidades, o cinema, a mídia e a comunicação, preocupados também com os estudos da cultura popular, ideologia e hegemonia cultural.

Portanto, valendo-se dos conceitos estabelecidos pelos Estudos Culturais², que se define como uma teoria que permite a cruzamento de diversos conteúdos se pretende trazer para a análise um conjunto de artefatos culturais que permitam e clarifiquem a visão sobre os aspectos sociais relacionados e propostos, abordando a imagem da fotografia, do cinema, da arte, da moda, da publicidade e da cibercultura, enquanto linguagem e representação formadoras de padrões estéticos, identitários e culturais na sociedade do espetáculo.

² Os Estudos Culturais se constituíram como um projeto político de oposição e suas movimentações “sempre foram acompanhadas de transtorno, discussão, ansiedades instáveis e um silêncio inquietante” (HALL, 1996, p.263).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 ARTE, REPRESENTAÇÃO E SUBJETIVIDADE

O *Homo sapiens* passou a ter aspecto que tem hoje há cerca de duzentos mil anos. Com o desenvolvimento de seu cérebro, afastou-se de seus aspectos animais e ampliou a sua necessidade de formar linguagem, portanto de representar e comunicar. A comunicação tem início pela fala, depois pelo fazer manual e em seguida pela representação formal. O sentido da visão aliado à fala inaugura a construção das poéticas visuais. Surge a escultura, o desenho e a pintura. Somente bem depois a escrita. Desde os primórdios das civilizações o homem tem a necessidade de representar a si mesmo. Esta representação formal do próprio corpo dá início à construção da subjetividade humana, visto que, apresentando a sua imagem em suas atividades diárias como referencial, inaugura a consciência do eu. Nas Figuras 1, 2 e 3 objetivamente se vê, na representação formal e no significado, tanto na figura esculpida como nas imagens pintadas, como que estes fazeres representacionais estão diretamente ligadas a construção da subjetividade do homem primitivo e a formação de uma identidade.



Figura 1 – Vênus de Willendorf³.
Fonte: HISTÓRIA DO HOMEM..., 1971, p.20.

³ Escultura de 10 cm de altura, esculpida em pedra calcária, encontrada na Áustria e datando de 30 mil anos atrás, denota o sentido estético da pré-história na representação da maternidade, fecundidade e abundância.

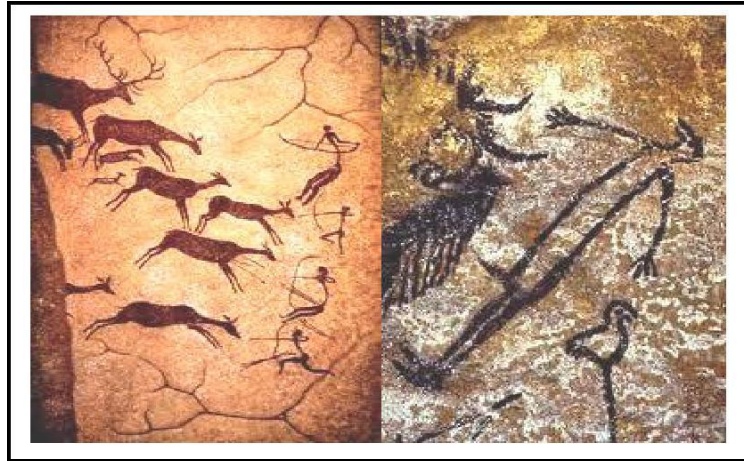


Figura 2 e 3 - Gruta de Lascaux ⁴.

Fonte: HISTÓRIA DO HOMEM NOS..., 1971, p.23.

O desenvolvimento das civilizações, da cognição e da consciência, das técnicas e ferramentas possibilitaram as representações com cada vez mais apuro técnico e a representação formal do homem passa a acompanhar e se fazer presente em todos os grupos sociais do planeta.

É assim que na Antiguidade e na Idade Média não há traços evidentes de usos cognitivos da imagem, sistemáticos e conscientes. Ao contrário, dominava o valor afetivo, envolvendo não só as relações de subjetividade, mas, sobretudo a autoridade intrínseca da imagem. Autoridade independente do conhecimento, mas derivada do poder que atribuía efeito demiúrgico ao próprio objeto visual. Daí ser ele relevante em contextos religiosos ou de poder políticos e com funções pedagógicas e edificantes. Daí também a importância dos múltiplos episódios de iconoclasmo (desde a destruição de ídolos até a proibição de reproduzir figuras – em particular antropomórficas) ou dos usos ideológicos, propagandísticos e identitários da imagem, seja no Egito, Mesopotâmia ou Roma, seja na Cristandade (GOMBRICH, 1999, p.18).

A arte em seu sentido mais originário, como habilidade, põe-se a serviço do homem em seu processo de desenvolvimento cognitivo, civilizatório e intelectual, e esta atividade se estabelece sempre ligada a uma relação de poder ou simplesmente de uma classe dominante. A representação da figura se estabelece indicando um grupo social, suas atividades e suas crenças. Na história antiga a representação das divindades na forma humana eleva a formação de uma subjetividade que aponta para um “eu” que se apodera do divino, atribuindo poder tanto a quem representa quanto a quem é representado. Tem poder quem conforma a matéria e a significa, tem poder quem é representado como deus na forma humana e com isto constrói subjetividade. Isto se evidencia nas estátuas de

⁴ As pinturas rupestres da Gruta de Lascaux na França: marco da necessidade humana de representação, já há 19.000 anos atrás.

pedra, homenageando os deuses, na forma humana, realizadas há 3.000 a.C. na Mesopotâmia (Figura 4).

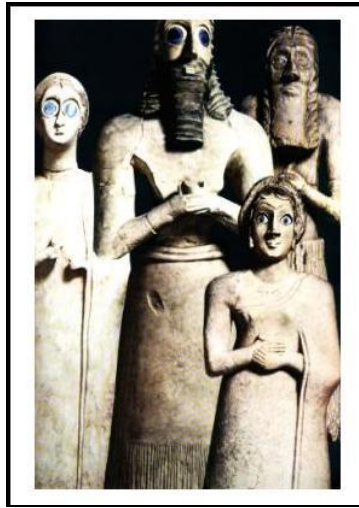


Figura 4 - Representação de divindades na forma humana.
 Fonte: HISTÓRIA DO HOMEM..., 1971, p.51.

Na Grécia antiga esta relação formal da representação do divino na forma humana se amplia e dá origem a toda mitologia e a sistematização do pensamento com o surgimento da filosofia que se embasa nos princípios subjetivos da época. Cada vez mais o homem se sente impelido a se representar, subjetivando e construindo um ser que permanece no tempo, que se perpetua em suas obras. No apogeu Greco-romano são realizados retratos de rainhas e imperadores, em mármore, com um grau de refinamento técnico bastante apurado.

O desenvolvimento artístico, sobretudo no campo da escultura-retrato entrelaçou-se então com a antiga tradição romana, que se mantivera sem interrupção nas máscaras de ancestrais que se conservavam nos lares. O culto dos retratos de ancestrais continuava sendo essencialmente uma característica dos funerais aristocráticos. Na era de Augustus, sob a influência Grega, então dominante, a escultura foi à principal arte (HAUSER, 1995, p. 109).

No Egito também são usuais as representações da figura em pinturas desenhos e esculturas. Os retratos esculpidos em pedra ou realizados em metal, geralmente em ouro, foi inicialmente privilégio de faraós e sacerdotes. Ao longo do tempo esta forma de representação incluiu outros membros da sociedade, como os escribas (Figura 5).

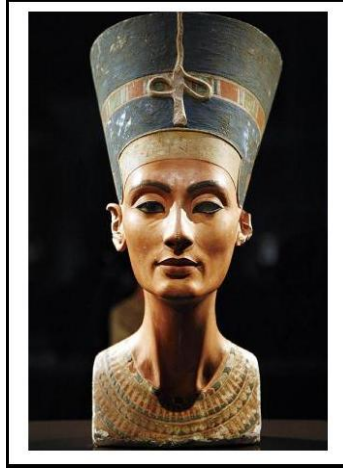


Figura 5 - Retrato de Nefertite⁵.
 Fonte: HISTÓRIA DO HOMEM..., 1971, p.63.

Na Idade Média, na Europa, a vida era centrada no teocentrismo, sendo que todo o pensamento das classes dominantes era voltado para Deus. Na Europa medieval, do século V ao XV, a representação da figura se dava através da pintura, do mosaico, do desenho e da escultura (Figura 6) e a arte esteve a serviço da igreja e da aristocracia. Neste período, quase não se pintaram retratos. A escultura atinge o esplendor do Gótico, sem que houvesse, porém, grandes avanços na maneira de perceber e representar o mundo europeu.

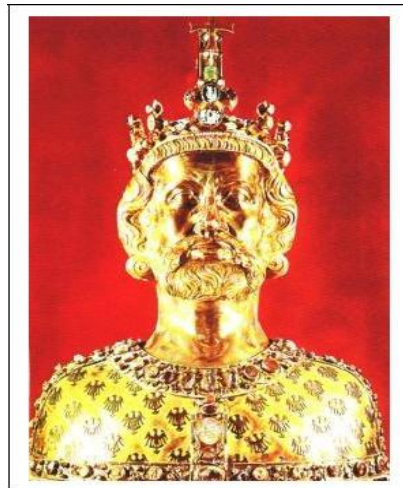


Figura 6 - Retrato de Carlos Magno⁶.
 Fonte: HISTÓRIA DO HOMEM..., 1971, p.216.

Avançando nesta mesma linha de reconstrução histórica, podemos afirmar que o movimento renascentista nos séculos XV e XVI revolucionou as artes, sobretudo na pintura, na escultura, na arquitetura, na literatura e na música, com características e propostas novas. Utilizando-se de temas cristãos ou da antiguidade greco-romana, a arte

⁵ Escultura em rocha calcária policromada. 1345 a.C.

⁶ Retrato de Carlos Magno (742-814).

renascentista valorizou o homem como a medida de todas as coisas. Os retratos pintados ou esculpidos têm técnica e senso estético apurado cultuando a razão e à beleza, característicos da cultura greco-romana. Neste período tem-se o entendimento da perspectiva, quando se dá início a utilização da câmera escura, na captação de imagens através do desenho, o que é considerado um primeiro passo em direção à fotografia.

Segundo Machado (1994), o marco da imagem técnica foi o renascimento italiano, onde artistas negaram suas imagens interiores e criaram dispositivos técnicos, aliados ao conhecimento científico da época, a fim de garantir a objetividade da coisa representada, visando a um total controle do visível (MIRANDA, 2007, p.29).

O Renascimento marcou a passagem da idade medieval para a idade moderna, implicando em significativas transformações. Possibilitando buscar novas relações necessárias para construir um novo cotidiano, e assim um novo futuro, que propiciou um novo sujeito. Aos poucos e com a mudança de paradigmas, a representação do homem comum reaparece. Os artistas voltam a ter importância na nova sociedade que se instaura, ampliando-se o poder de quem retrata e do retratado. Surge a imprensa, as universidades e o conhecimento se sociabilizam. Leonardo da Vinci salienta o poder do retrato pintado, colocando-o acima da poesia e da literatura e afirma:

Se o poeta diz que pode induzir aos homens a amar, o que é algo essencial para todas as espécies animais. O pintor possui este poder e mais, já que coloca diante dos olhos do amante a própria efígie da coisa amada, a qual por vezes beija e fala, o que não faria diante das mesmas belezas descritas pelo poeta (Leonardo da Vinci).
(<http://artetropia.blogspot.com.br/2010/06/o-poder-do-homem-os-retratos-do.html>> Acesso em 26 ago. 2013).

O Iluminismo, por sua vez, foi um movimento que surgiu na França do século XVII e defendia o domínio da razão sobre a visão teocêntrica que dominava a Europa desde a Idade Média. Segundo os filósofos iluministas, esta forma de pensamento tinha o propósito de iluminar as trevas em que se encontrava a sociedade. Foi um movimento cultural da elite intelectual européia do século XVII e XVIII, que procurou mobilizar o poder da razão, a fim de reformar a sociedade e o conhecimento herdado da tradição medieval.

A partir da metade do século XVIII os tratados e conceitos do renascimento e do barroco vão sendo substituídos e incorporando um nível teórico mais elevado, expresso por uma filosofia da arte. A representação incorpora o modo de ser do espírito humano. Afirma-se a autonomia da arte e sua articulação com outras atividades, ficando clara a sua função cultural e social da época (Figura 7).



Figura 7 - Jan Vermeer⁷.

Fonte: HISTÓRIA DAS TÉCNICAS ARTÍSTICAS. Disponível em: <<http://enfaseemhistoriadaarte.wordpress.com/tag/dominique-ingles/>> Acesso em: 13 out. 2013.

A arte afirma sua autonomia e assume a responsabilidade de seu papel, não se abstraindo da realidade histórica.

A utilização das imagens, nessa linha, completaria o circuito da produção, circulação (temática, aliás, que os historiadores sempre estiveram aptos a investigar) e da apropriação. Hoje, o uso documental da imagem artística, como vetor para não só produzir história, mas também voltada para elucidação de sua própria historicidade, é fato corrente embora não dominante (ALVES, 2012, p.04).

A marca na tradição se define com a cultura do iluminismo. “A natureza não é mais a ordem revelada e imutável da criação, mas o ambiente da existência humana; não é mais um modo universal, mas um estímulo que a cada um reage de modo diferente; não é mais a fonte de todo o saber, mas o objeto da pesquisa cognitiva” (ARGAN, 2002, p.12). O sujeito tende a modificar a realidade objetiva na medida em que passa a ter noção e consciência dela. A representação de toda a invenção humana é substituída por uma ideologia subjetivada como imagem formada pela mente, como ela gostaria que fosse a realidade, fortemente influenciada pelos pensadores iluministas, Rousseau, Montesquieu, Voltaire, Locke, Diderot e D'Alembert.

Neste período o pensamento se transforma, impondo por sua vez profundas modificações na subjetividade. Essa nova visão de mundo afasta o homem dos seus valores tradicionais, onde nada mais lhe é tolhido e o sagrado não tem mais o sentido anterior. Impõe-se uma nova realidade e a subjetividade iluminista atribui novas significações e despiando-se dos padrões anteriores deixam para trás os velhos valores e

⁷ Jan Vermeer. “Garota com brinco de pérolas”. 1665.

conceitos. Nesse novo pensamento que se forma, o sujeito é proprietário de suas ações e ambições. Estabelece-se uma nova realidade que culmina com a proposição da “morte de Deus”, quando a subjetividade, alavancada pela razão, coloca o homem na posição de figura absoluta e central, inaugurando o caminho do pensamento niilista.

Após esse período, o Neoclassicismo predominou nas artes europeias durante os anos compreendidos entre 1780 a 1830. Financiado por uma nova e fortalecida classe burguesa, este movimento retratou esta sociedade no período napoleônico pós-revolução francesa. O neoclassicismo retoma como referência, o modelo clássico Greco-romano e os ditames das academias de belas artes, no que se diz respeito a técnicas, temas e representações. O movimento entende a arte como imitação da natureza, cultuando a teoria filosófica de Aristóteles.

Desde antes da revolução francesa a moda do retrato começa a estender-se a burguesia média e na medida em que ampliava a necessidade de representar-se a si mesmo essa moda criava novas formas e novas técnicas com o objetivo de satisfazê-la.

Durante os tempos de Luís XIV foi inventado um novo método de fazer retratos. Naquele tempo era uma diversão nas festividades fazer recortes, em papel negro, do perfil das pessoas. Atividade que recebeu o nome de *silhouette* (Figura 8). A silhueta era uma forma abstrata de representação e não necessitava de nenhum estudo especial de desenho, bastando um pouco de habilidade manual.

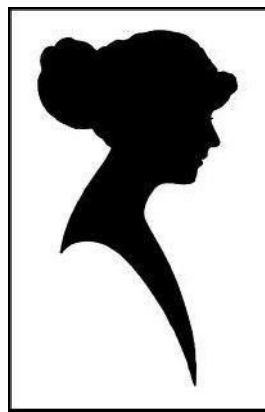


Figura 8 - Silhueta de Jane Austen⁸.

Fonte: JANE AUSTEN SILHOUETTE. Disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/File:JaneAustenSilhouette.png>> Acesso em: 07 fev. 2014.

A invenção da silhueta permitiu um desdobramento que originou uma nova técnica popular na França entre 1786 e 1830, chamada de fisionotrago. Seu inventor foi Gilles-

⁸ Silhueta de Jane Austen. *National Portrait Gallery*, 1810. Londres.

Louis Chrétien. O fisionotrago não requeria grandes habilidades, bastava desenhar os contornos da sombra e transferir para uma placa de metal para gravá-los. Uma seção era o suficiente e assim se obtinham retratos de forma rápida e com preço acessível.

Como uma das consequências da revolução industrial está à ascensão das diversas camadas sociais, que caracteriza uma fase particular da evolução social. Essa ascensão da sociedade gera a necessidade de produção de bens em grandes quantidades e também particularmente do retrato, pois mandar fazer um retrato era um ato simbólico que demonstrava que os indivíduos desta classe social ascendente tinham adquirido um novo status. Contudo, os custos de uma pintura, nos moldes aristocráticos, eram muito dispendiosos. Para os artistas era muito difícil retratar a classe burguesa no estilo da moda dos pintores da corte e fornecer retratos a preços que se ajustassem aos recursos econômicos daquela classe social ascendente. Viu-se então a necessidade de criar novos métodos de representação (Figura 9). Enquanto contemporaneamente na cultura ocidental, a vida cotidiana, permeada pelas tecnologias digitais instantâneas, também permite inúmeras possibilidades de geração de imagens, de exibição e técnicas de reprodução, democratizando o acesso aos meios de representação e formando uma cultura de massa. A imagem passa a ter valor enquanto realidade exibível. Como aponta Knauss (2003) nas palavras de Michael Baxandall (1988) o fato de que o olhar é um sentido construído socialmente e historicamente demarcado.



Figura 9 - Jean Auguste⁹.

Fonte: JEANAUGUSTE Dominique Ingres. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jean-Auguste_Dominique_Ingres> Acesso em 13 out. 2013.

⁹ Dominique Ingres, 1780-1867.

Por outro lado, retratar a nobreza não era uma tarefa fácil, porque estes exigiam um ofício perfeito com o objetivo de satisfazer o gosto refinado da época. Aos artistas, cabia a escolha de material apropriado para a realização da obra e o requinte técnico necessário para pintar os veludos e as sedas, bem como a fidelidade das imagens dos retratados.

Toda a variação na estrutura social influenciou tanto sobre os costumes da época, como sobre as modalidades da expressão artística. No século XIX, na era da máquina e do capitalismo moderno, se viu como se modificava não só a maneira de representar nos retratos, mas também as técnicas utilizadas na realização das obras de arte. Esta começou a transformar os modos de expressão de uma maneira desconhecida até então. Na medida em que as máquinas se desenvolvem e aceleram os processos, se produz com o progresso mecânico, uma série de procedimentos que alcançariam uma considerável influência sobre a posterior evolução da arte. Com a Litografia inventada em 1798 por Alois Senefelder é dado um grande passo para a democratização da arte pela possibilidade de reprodução a partir de uma matriz.

A partir da revolução industrial e do desenvolvimento tecnológico a fotografia teve um papel fundamental enquanto possibilidade inovadora de informação e conhecimento, como instrumento de apoio à pesquisa nos diferentes campos da ciência e também como forma de expressão artística. A invenção da fotografia foi decisiva para esta evolução da representação da figura.

Se antes as imagens produzidas pelo homem eram produtos artesanais e/ou artísticos, como as pinturas ou esculturas, ou passíveis de serem reproduzidas como a gravura e a litografia, há uma diferença intrínseca àquelas que começam a se desenvolver, a partir da primeira metade do século XIX, com o daguerreótipo, que, em 1839, inaugura uma fase de transição rumo às indústrias visuais (MIRANDA, 2007, p. 27).

A primeira fotografia apresentada ao mundo foi em 1826 como resultado do trabalho do francês Joseph Nicéphore Niépce, justificando como elemento fundamental para o acontecimento desse fenômeno a luz, que é uma onda eletromagnética visível ao olho humano resultando na criação de sombras e altas luzes, revelando tons, texturas e desenhos. Sua primeira imagem foi produzida com uma câmera, sendo exigida cerca de oito horas de exposição à luz solar. Niépce chamou o processo de “heliografia”; gravura com a luz do sol (Figura 10).



Figura 10 - Heliografia¹⁰.

Fonte: HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/historia-da-fotografia/processo-fotografico-12.php>> Acesso em 13 out. 2013.

Paralelamente, outro francês, Daguerre, produzia com uma câmera escura efeitos visuais em um espetáculo denominado “Diograma”. Daguerre e Niépce são dois nomes que se ligaram por interesses comuns, mas com objetivos diversos; enquanto o primeiro preocupava-se com os meios técnicos de fixar a imagem num suporte concreto: resultado das pesquisas ligadas à litogravura, o segundo almejava o controle que a ilusão da imagem poderia oferecer em termos de entretenimento. Eles trocaram correspondência durante alguns anos, vindo finalmente a firmarem sociedade. Após a morte de Niépce, Daguerre desenvolveu um processo com vapor de mercúrio que reduzia o tempo de revelação de horas para minutos, o processo foi denominado Daguerreotipia (Figura 11).

¹⁰ Em 1826, expondo uma dessas placas durante aproximadamente 8 horas, conseguiu uma imagem do quintal de sua casa. Considerada “a primeira fotografia permanente do mundo”. Esse processo foi batizado como Heliografia.

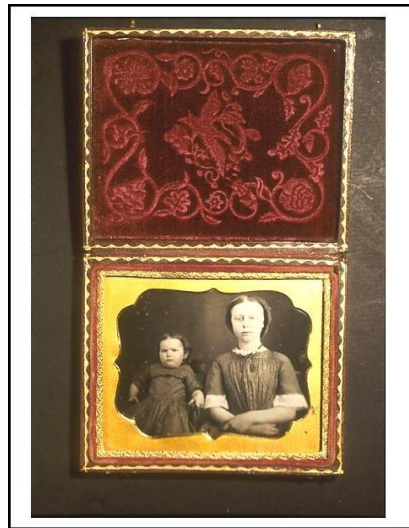


Figura 11 - Daguerreótipo¹¹.

Fonte: LUPA. Disponível em: <http://www.lupa.com.pt/site/index2.php?tem=184&cont_=61>
Acesso em: 13 out. 2013.

A popularização dos daguerreótipos deu origem às especulações sobre o fim da pintura. Como a princípio a fotografia era essencialmente artesanal, esta se viu mais e mais sofisticada à medida que crescia o consumo nos grandes centros europeus e nos Estados Unidos, justificando significativas somas de capital.

No momento que surge e se populariza, a fotografia transforma a acessibilidade ao retrato, sendo a mais democrática ferramenta de representação, na medida em que alcança todas as camadas sociais, tendo seus custos bastante reduzidos se comparado aos custos de uma pintura e do tempo despendido para obtê-la. Ao mesmo tempo, muito dos pintores retratistas se viram obrigados a se reciclar para sobreviverem ao surgimento desta nova forma de capturar a imagem. Delaroche pintor de batalhas do século XIX segundo Miranda (2007) afirmava: “a partir de hoje a pintura esta morta”.

Enquanto a pintura mantém seu caráter elitista, a fotografia, oficializada por Daguerre, na academia de ciências, busca justamente nas artes e nas formas de representação correntes, argumentos para se colocar e adquirir status como tal.

Surge à fotografia pictorialista, baseada nos moldes de concepção e construção de imagem que visava aproximar a linguagem da fotografia do universo das artes, da imagem pictográfica, do desenho e da gravura. Peter Henry Emerson fotógrafo deste movimento

¹¹ No daguerreótipo, a imagem era formada em positivo sobre uma fina camada de prata polida, aplicada sobre uma placa de cobre e sensibilizada em vapor de iodo. Apresentados em luxuosos estojos decorados - inicialmente em madeira revestida de couro e, posteriormente, em baquelite - com passe-partout de metal dourado em torno da imagem e a outra face interna dotada de elegante forro de veludo.

afirmava: “o que, de fato, importa numa fotografia não é o real em si, mas um real transformado em imagem pelo olho e captado como uma “impressão” pelo sujeito” (FABRIS, 2011, p. 31).

Os primeiros fotógrafos do século XIX, como por exemplo, a Júlia Margareth Cameron, que busca na pintura simbolista a referência estética para suas representações fotográficas (Figuras 12 e 13). Os simbolistas foram os primeiros a declarar que o mundo interior dos estados das almas e das emoções, em lugar do mundo objetivo das aparências externas, é o mais apropriado tema das artes.



Figura 12 - Pintura simbolista de Odilon Redon.
Fonte: OS GRANDES ARTISTAS. Nova Cultural, São Paulo. 1984.



Figura 13 - Julia Margarete Cameron.
Fonte: VERA VIOLETA. Disponível em: <http://vintage-ephemera.blogspot.com.br/2011_06_01_archive.html> Acesso em: 13 out. 2013.

Por outro lado, na segunda metade do século XIX, a pintura reage em sentido contrário buscando novas formas de representação. Este movimento de transformação em muito provocado pelo advento da fotografia, vem dar forças ao surgimento de uma pintura nova, o impressionismo, que tem como base justamente o rompimento com os moldes acadêmicos de representação. O impressionismo buscava retratar a impressão do momento, a fugacidade da luz, a nova dimensão do tempo, o seu próprio tempo e, a partir de suas especulações, abriu novas fronteiras no pensamento artístico, possibilitando aos artistas plásticos daquele período um rompimento completo com a representação formal clássica, favorecendo assim o surgimento de uma série de “ismos nas artes”, que evoluíam e se transformavam no mesmo ritmo em que toda a sociedade se reconfigurava com o avanço da revolução industrial (Figura 14).

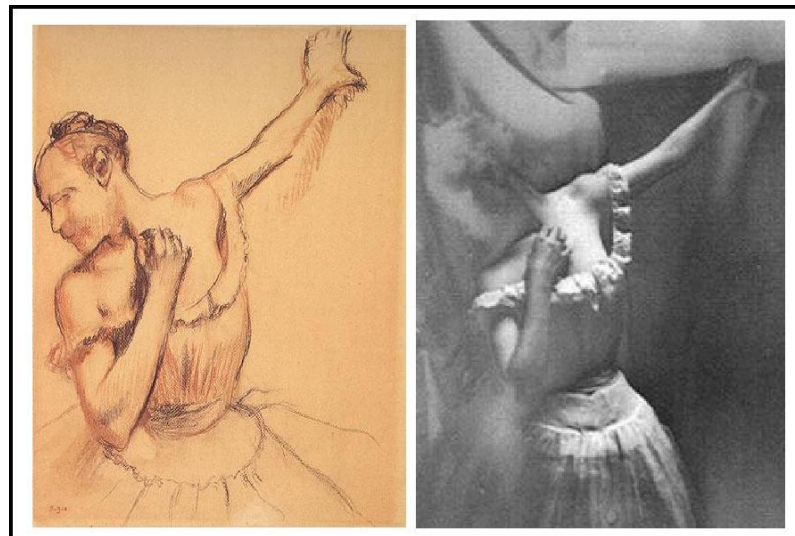


Figura 14 - Edgard Degas¹².

Fonte: EDGAR DEGAS. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Edgar_Degas>
Acesso em: 13 out. 2013.

Percebe-se então, na pintura do fim do século XIX, a influência desta nova maneira de ver, inaugurada pela fotografia, pois não são raros os casos onde, se podem notar nas pinturas impressionistas recortes como em um enquadramento feito pela ocular de uma câmera fotográfica (Figura 15).

¹² A apropriação da imagem fotográfica na composição pictórica. Desenho a partir de fotografia por Edgard Degas (1870-1890).



Figura 15 - Toulouse Lautrec¹³.

Fonte: HISTÓRIA DO DESIGN. Disponível em:

<http://bnmhistoryofdesign.blogspot.com.br/2012/09/toulouse-lautrec-and-montmartre_27.html>

Acesso em: 13 out. 2013.

Benjamin (1987) já afirmava em suas reflexões sobre as transformações da arte, face às técnicas de reprodução, que há uma relação dialética intrínseca entre os modos de produção e os modos de percepção da arte e da cultura.

Desde seu nascimento, a fotografia toma parte da vida cotidiana e está completamente inserida na vida social. Um de seus traços mais característicos é a sua idêntica aceitação em todos os extratos sociais. Penetra em todos os meios e aí reside a sua grande importância política. É o típico meio de expressão de uma sociedade estabelecida sobre a civilização tecnológica. Ao mesmo tempo tornou-se por isso, para a sociedade, um instrumento de primeira ordem. Seu poder de reproduzir exatamente a realidade externa – poder inerente a sua técnica – a presta um caráter documental e a apresenta como o procedimento de reproduzir mais fiel e mais imparcial a vida social.

O problema da relação entre as técnicas artísticas e as novas técnicas industriais se concretiza, especialmente para a pintura no problema dos diferentes significados e valores das imagens produzidas pela arte e pela fotografia. Sua invenção (1839), o rápido progresso técnico que reduz os tempos de exposição e permite alcançar o máximo de precisão, as tentativas de fotografias “artísticas”, as primeiras aplicações da fotografia no registro de movimentos (fotografia estroboscópica, cinematografia), mas principalmente a produção industrial das câmeras e as grandes transformações na psicologia da visão, determinadas pela utilização generalizada da fotografia, tiveram, na segunda metade do século passado, uma profunda influência sobre o direcionamento da pintura e o desenvolvimento das correntes artísticas, ligadas ao impressionismo (ARGAN, 2002, p. 78).

¹³ Toulouse Lautrec, 1890. É visível o corte da figura como feito por uma ocular sem o cuidado com o enquadramento.

Por volta de 1852-53, Desdéri estabeleceu-se no centro de Paris, no *Boulevard des Italiens*, com um novo estúdio fotográfico no qual imprimiu ao desenvolvimento da fotografia uma decisiva mudança de orientação. Com um instinto muito ajustado, ele foi o primeiro a apreender as exigências do momento e os meios de satisfazê-las. Até então a fotografia era associada à produção única e exclusiva do daguerreótipo, mas a enorme aceitação que a fotografia teve, notadamente a partir da década de 1860, propiciou o surgimento de verdadeiros impérios industriais e comerciais. Sua carreira decolou a partir de 1854, ano em que patenteou o *portrait carte-de-visite*, que normalmente tinha o tamanho 6x9cm, onde o retratado é reproduzido de corpo inteiro. Disdéri substituiu a placa metálica dos daguerreótipos pelos negativos de vidro, e assim ele pode, por um valor bem menor, fotografar e entregar ao fotografado uma dúzia de cópias.

Disdéri nos aponta uma radical transformação, no qual a fotografia passou a ser uma mercadoria requisitada por um público cada vez mais amplo, que por motivos de ordem econômica, via a sua auto-representação, através do retrato a óleo, completamente vetada. As fotografias, mais baratas, permitiam que as pessoas mais humildes pudessem ser fotografadas, o que lhes dava a ilusão de terem ascendido socialmente (Figura 16).



Figura 16 - *Portrait carte-de-visite*¹⁴.

Fonte: EUGENE DESDIRE. Disponível em: <http://www.shafe.co.uk/art/Eugene_Disd%C3%A9ri-uncut_sheet_of_cartes-de-visite-_c-_1858.asp> Acesso em: 13 out. 2013.

A organização do cenário era criteriosa. O fundo, os acessórios, a luz, a roupa, a pose, a maquiagem, o cabelo, enfim, todos os detalhes da composição serviam para indicar o ofício ou o significado social do retratado, na busca de reproduzir uma imagem idealizada de cada sujeito. Ser captado pela imagem fotográfica já exercia adoração sobre os

¹⁴ *Portrait carte-de-visite*, 1858. Retratos indicando o ofício ou significado social do retratado.

indivíduos, e assim, como na sociedade contemporânea, o sujeito era percebido, conforme sua aparência, vestimenta e profissão, que denotava determinada classe social e poder.

Ao contrário das primeiras fotografias que se concentravam no rosto, Disdéri fotografa o cliente corpo inteiro e o cerca de artifícios teatrais que definem seu status, longe do indivíduo e perto da máscara social, numa paródia da auto-representação em que se fundem o realismo essencial da fotografia e a idealização intelectual do modelo. É por isso que não hesita em embelezar o cliente, aplicando a técnica de retoque. O “agradável”, ameaçado pela exatidão da fotografia, torna-se o grande triunfo do fotógrafo industrial, que pode fornecer a cliente sua imagem “num espelho” complacente (FABRIS, 1998, p. 21).

Disdéri, com seus retratos, aplicava à cena fotografada as questões cenográficas ligadas ao teatro, o surgimento desse costume indicou, a seu modo, o início de uma espetacularização da imagem. Nessa incipiente sociedade do espetáculo, só é o que se vê, tal contingência é condenada à invisibilidade total. Os habitantes desses espaços montavam espetáculos de si mesmos para exhibir uma intimidade inventada. Aqui se aplica a frase cunhada por Debord (1997, p. 09), “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas é uma relação social entre pessoas, mediadas por imagens”.

A burguesia urbana foi à principal clientela do retrato fotográfico, feito às dúzias para ser representado e trocado por outros.

Essa encenação da realidade tornou-se mais importante do que a própria realidade, pois permitia a fuga, a auto-satisfação, a criação de um mundo perfeito e idealizado por e para cada um.

Os “mundos particulares” sobrepõem-se ao MUNDO graças à arte “não-intelectual”, que, com suas imagens onipresentes, é o mais poderoso fetiche da burguesia do século XIX. Talvez não seja arriscado afirmar que a fotografia é a invenção “mais burguesa” ideada pela burguesia em sua tentativa de construir o mundo à própria imagem e semelhança. E a imagem da burguesia do século XIX não podia deixar de ser mecânica, de obedecer às leis de uma difusão capilar, de moldar-se num tipo de desenvolvimento racional, inerente à lógica capitalista, pela qual homens e objetos se equivalem (FABRIS, 1998, p.56).

Desde então, a fotografia se coloca como um material da existência humana, além de alimentar a memória individual e coletiva de homens públicos e de grupos sociais. Com a descoberta e sucesso da fotografia e, mais tarde, com o desenvolvimento da indústria gráfica, que possibilitou a multiplicação da imagem fotográfica em quantidades cada vez maiores através da via impressa, iniciou-se um novo processo de conhecimento do mundo, porém de um mundo em detalhe, posto que fragmentado em termos visuais e, portanto contextuais.

Com a difusão da fotografia, muitos serviços sociais passam do pintor para o fotógrafo (retratos, vistas de cidades e de campos, reportagens, ilustrações, etc.). A crise atinge, sobretudo, aos pintores de ofício, mas desloca a pintura, como arte, para o nível de uma atividade para a elite (ARGAN, 2002, p. 78).

A fotografia gradativamente passou a fazer parte da cultura social da população através da utilização da câmera fotográfica, expressando assim, hábitos, costumes, fatos políticos e sociais exteriorizados na formação da imagem. Os eventos em geral também tomaram devida proporção a partir do século XIX, toda e qualquer festividade ou acontecimento passaram a ser registrados. Porém, foi o retrato, que capturou um novo grupo social que buscava na imagem a beleza estética reproduzida. E o fotógrafo por sua vez, desenvolvia através da fotografia uma estética que representasse esse período, preocupados em capturar a sensibilidade do fotografado. Empregando em seu trabalho uma diversidade criativa por meios técnicos que a época proporcionava, ao satisfazer esta exigência, o fotógrafo acaba construindo um padrão de representação, que será analisado na sequência desse trabalho. Como referência na arte do retrato, em 1854, é inaugurado o atelier fotográfico de Nadar (1820-1910), membro da burguesia da capital francesa, que por sua vez, torna-se um lugar privilegiado reunindo a elite artística, intelectual e científica parisiense e estrangeira (Figura 17).



Figura 17 - "Albatros II"¹⁵.

Fonte: TRAMAFOTOGRAFICA. Disponível em:

<<http://tramafotografica.wordpress.com/2007/10/23/frase-do-dia-2/>> Acesso em: 13 out. 2013.

A fotografia popularizou-se como produto de consumo em 1888 através de George Eastman, que deu início à história da fotografia moderna adquirindo um equipamento completo e após longa data de estudos chegou à fórmula ideal da chapa seca. Em seguida, George fundou a Esatman Dry Plate, para produzir chapas, e instalou a empresa em Rochester, NY, que hoje é mundialmente conhecida como centro industrial dedicado à

¹⁵ Jean-Marie Le Bris e a sua máquina voadora "Albatros II", fotografado por Nadar em 1868.

fabricação de câmeras fotográficas, instrumentos ópticos e de precisão. A comercialização da invenção obteve sucesso imediato juntamente com a câmera fotográfica, que até então, somente os fotógrafos profissionais e a burguesia tinham acesso. A câmera possuía um rolo de filme a base de papel fotográfico com uma tiragem de cem cópias e o consumidor a remetia por reembolso para Rochester por um custo de dez dólares. Na fábrica o filme era retirado, revelado e repostado. O lançamento dessa máquina exigia uma divulgação em larga escala e, numa das primeiras campanhas publicitárias da história, foi criado o slogan: “Você aperta o botão e nós fazemos o resto”. A Eastman Kodak Company difundia em todo o mundo como forma de divulgar as inovações técnicas de sua recente invenção.

A evolução tecnológica da fotografia influenciou nas práticas sociais e nos modos de vida dessa sociedade no momento em que os sujeitos foram subjetivados ao consumo produzindo significado. Segundo Canclini (1995, p.65), “é neste jogo entre desejos e estruturas que as mercadorias e o consumo servem também para ordenar politicamente cada sociedade. O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados”.

Desse modo, o consumo da câmera portátil não apenas multiplicou o número de fotógrafos amadores, como possibilitou a penetração da possibilidade de criação de imagens fotográficas em todas as esferas do cotidiano dos indivíduos, facilitando o processo de representações visuais do mundo e das coisas. O surgimento da película de celuloide maleável possibilitou a criação do rolo de filme que massificou a fotografia (Figura 18).

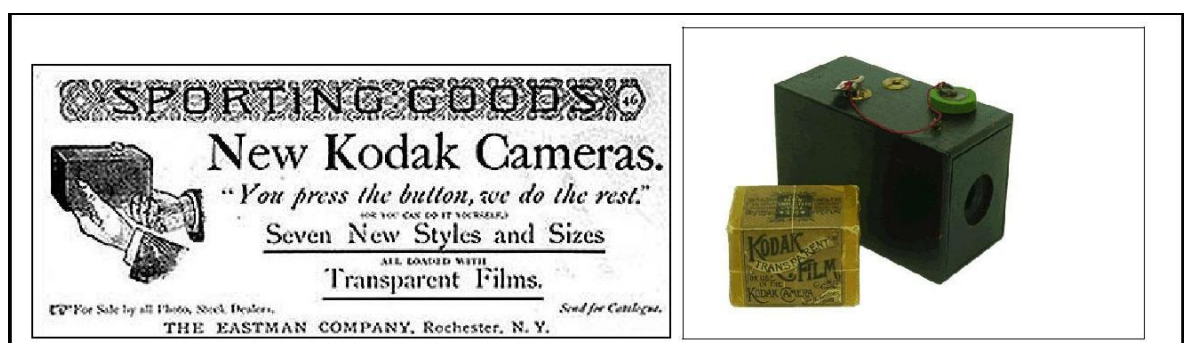


Figura 18 - Campanha publicitária da Kodak¹⁶.

Fonte: KODAK. Disponível em:

<http://www.br.kodak.com/BR/pt/consumer/fotografia_digital_classica/para_uma_boa_foto/historia_fotografia/historia_da_fotografia13.shtml> Acesso em: 13 out. 2013.

A proposta de Estman com a criação da câmera portátil Kodak, dá um primeiro passo rumo à formação de uma cultura de massa, onde, o fetichismo das imagens adquire

¹⁶ Primeira campanha publicitária da Kodak “Você aperta o botão e nós fazemos o resto”.

vida própria na sociedade capitalista e determinam novas interações sociais, artificializada por meio da lógica das aparências, de poder e sedução. A fotografia propiciou um novo método de aprendizado do real, em função da acessibilidade do homem de diferentes estratos sociais à informação visual e aos hábitos de diferentes civilizações. Micro aspectos do mundo passaram a ser cada vez mais conhecidos através de sua representação.

A partir do impressionismo e decorrentes dele, junto com o avanço da revolução industrial e o desenvolvimento de novas tecnologias, entre elas a fotografia e o cinema, que propiciam profundas transformações no modo de perceber o próprio tempo, surgem no universo das artes, uma sobreposição de movimentos, de forma tão rápida e intensa como se dão as modificações culturais na virada do século passado, promovendo uma nova subjetivação do homem moderno. A pintura, que com o surgimento da fotografia reage propondo o impressionismo, dá início, pelo viés da arte, ao que se pode chamar de desconstrução da figura representada, na medida em que não mais se permite a realização do retrato fiel aos moldes acadêmicos. Nos muitos movimentos artísticos subsequentemente propostos, na virada do século XX, amplia-se a desconstrução da figura, sistematizando-a em novas possibilidades de representação embasada nas constantes transformações em todas as áreas do pensamento científico e tecnológico, como se evidencia na pintura cubista de Picasso (Figura 19). Para ele, “a fotografia veio a ponto de liberar a pintura de toda a literatura da anedota e mesmo do sujeito” (MIRANDA, 2007, p.38).



Figura 19 - O Cubismo¹⁷.

Fonte: ARGAN, Giulio Carlo, 2002, p. 425.

¹⁷ Cubismo - Pablo Picasso. *Les Femmes d'Alger*. 1907.

O desenvolvimento do fazer artístico modernista, quanto as suas proposições estéticas na construção da imagem, influenciaram na maneira de perceber e representar a figura neste novo mundo, transformando suas relações com o sujeito e as visões subjetivas, agora inteiramente novas.

O futurismo, movimento que pode ser visto como um desdobramento do cubismo que, impulsionado pelo surgimento do motor a explosão, da amplificação das velocidades e dos deslocamentos, agrega a representação formal da figura a cinética. O movimento faz com que a figura fuja de seus contornos, que cada vez mais se acelera, no mesmo ritmo das transformações sociais e em todas as áreas do conhecimento e estabelece uma nova relação do homem com tempo e espaço e por consequência com a subjetividade (Figura 20).

Afirmamos que a magnificência do mundo se enriqueceu de uma beleza nova: a beleza da velocidade. Um carro de corrida adornado de grossos tubos semelhantes a serpentes de hálito explosivo... um automóvel rugidor, que parece correr sobre a metralha, é mais belo que a Vitória de Samotrácia. Filippo Marinetti, no primeiro manifesto Futurista, em 1909 (ARGAN, 2002, p. 402).



Figura 20 - Pintura de Giacomino Balla¹⁸.
Fonte: ARGAN, 2002, p.444.

A aproximação do futurismo com a tecnologia permite que artistas futuristas lancem mão da fotografia em suas composições e especulações, sobre a dinâmica do movimento e sua representação, como se pode ver no trabalho fotográfico (Figura 21) de Anton Bragaglia de 1924 e nas especulações futuristas de Marcel Duchamp que primeiro representa a figura em ação na pintura intitulada de “Nu descendo escadas nº 1” em 1911 (Figura 22), e posteriormente volta ao tema na fotografia “descendo uma escada”, em 1912 (Figura 23).

¹⁸ Dinamismo de um cão na coleira. Pintura de Giacomino Balla 1912.



Figura 21 - Fotodinâmica¹⁹.

Fonte: TERMINATORS. Disponível em: <http://www.terminators.com/artworkprofile/Bragaglia_Anton-Photodynamic_Portrait_of_a_Woman> Acesso em 13 out. 2013.

Bragaglia faz uma afirmação claramente devedora deste postulado: “Nós sentimos, por tanto, o fascínio que brota de uma fotografia movida, por possuímos em nós a paixão pelo movimento que, magnificamente, multiplica, transforma e deforma as coisas, exprimindo o caráter essencial da vida moderna, de modo que a sua sensação se afirme de fato como a síntese das sensações daquela vida moderna, a única que pode emocionar os verdadeiros homens de hoje” (FABRIS, 2011, p.100).



Figura 22 - “Nu descendo uma escada nº 1”²⁰.
Fonte: ARGAN, 2002, p.403.

¹⁹ Bragaglia, Anton (1890-1960) Retrato fotodinâmico de uma mulher, 1924.

²⁰ Pintura.

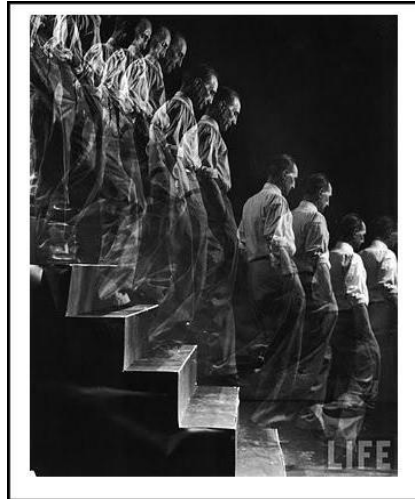


Figura 23 - “Marcel Duchamp descendo uma escada”²¹.
Fonte: ARGAN, 2002, p.438.

Neste período, onde o futurismo preconiza o movimento e a velocidade como os grandes acontecimentos do século que se inicia o desenvolvimento técnico da fotografia, no que se refere tanto a equipamento quanto ao processo, permite novas possibilidades de captação de imagem, contribuindo assim, de forma significativa, para uma reavaliação do modo de ver e perceber. Uma série de novas aplicações da fotografia, como por exemplo, no estudo da fisiologia humana, contribuem intensamente para o entendimento, ressignificação, cognição e subjetividade do homem do início do século passado, marcado por uma intensa e rápida transformação dos aspectos sociais.

Com a efervescência da virada do século XIX para o século XX é deflagrado conscientemente por um grupo de artistas, imediatamente batizados de “*les fauves*” (“as feras”) o movimento que veio a ter o nome de Fauvismo que, da mesma forma que o cubismo, investe na desconstrução da representação formal, valendo-se de uma técnica de dividir os espaços, com o objetivo de criar uma nova visão baseada na expressividade da cor (Figura 24). André Derain um dos mentores do movimento afirmava: “as cores se tornaram cargas de dinamite. Elas deveriam explodir em luzes. Tudo poderia ser elevado acima do real” (DEMPSEY, 2003, p.66).

²¹ Fotografia

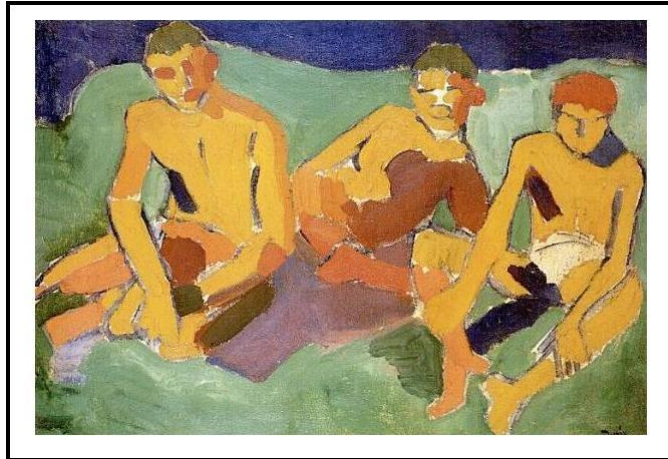


Figura 24 - Três figuras sentadas na relva²².

Fonte: CULTURA MODERNA E CONTEMPORÂNEA. Disponível em: <<http://ricardoartur.com.br/cultura/2012/03/21/fauvismo-expressionismo/> Acesso em: 13 out. 2013.

Outro movimento artístico do período não menos importante foi o Expressionismo. Os artistas vinculados a esta corrente faziam uso simbólico e emotivo da cor e da linha e imprimiam em sua arte o seu próprio temperamento e visão particular do mundo. “Pois eu os representei, tomei o lugar deles e transmiti sua imagem por meio de minhas visões”(Oskar Kokoschka, 1912 apud DEPSEY, 2003, p.70).

O Dadaísmo é um importante e transformador movimento que surge em meio a Primeira Grande Guerra, em 1916, com o intuito de fazer da arte instrumento de protesto, algo significativo e instigante que provocasse e chocasse a burguesia da época. Este movimento, encabeçado por jovens artistas e escritores respectivamente como Marcel Duchamp e André Breton, propõe agir como espelho da realidade emocional provocada pelos sentimentos de revolta e indignação acarretadas pela guerra. O movimento Dadá tem como vertentes três importantes movimentos estéticos europeus, que foram o cubismo, o futurismo e o expressionismo. Porém, negam todos os aspectos estéticos das vanguardas anteriores propondo, pelas mãos de Duchamp, o *Ready Made*, na resignificação do objeto.

É no dadaísmo que se formaliza o entendimento da fotografia enquanto arte, como se pode constatar no fazer fotográfico de Man Ray. A intenção dos artistas dadaístas deste tempo era romper com o capitalismo burguês que promoviam as atrocidades de uma guerra. O movimento teve uma abrangência internacional se espalhando pela Europa e América, buscando romper com os sistemas ligados à lógica e a razão, dando origem ao surrealismo e influenciando de forma significativa todos os movimentos artísticos posteriores.

²² André Derain, Três figuras sentadas na relva 1906.

O construtivismo russo se coloca ao lado das novas tecnologias e rompe de forma definitiva com a representação da figura. Vê-se neste movimento a completa abstração não mais figurativa. O suprematismo com Malevitch propõe o branco sobre branco, chegando, na pintura, a um paradoxo na representação formal, questão fundamental na constituição de identidade e subjetividade do sujeito no início do século passado, sobretudo, operando nas mudanças e transformações dos modos de ver, sentir e pensar.

O surrealismo, em seu primeiro manifesto, era definido, nas palavras do poeta André Breton como: “o pensamento que é expresso na ausência de qualquer controle exercido pela razão e alheio a todas as considerações morais e estéticas” (1924, apud DEMPSEY, 2003, p. 151). O Surrealismo, nascido do Dadaísmo, contrasta com o caos e espontaneidade proposta por este movimento, sendo extremamente organizado. O Surrealismo suscitou uma revolução, estabelecendo relações com a psicanálise de Freud, acreditando na conquista da loucura como potência criadora. Alinhou-se com a teoria doutrinária marxista²³. Como um dos movimentos mais populares do século XX, espalhou seus conceitos em todos os meios de representações visuais: desenho, pintura, escultura, fotografia e cinema. O Surrealismo assinala uma guinada na história da arte, pautando-se pela estética do absurdo, do sonho, ilustra e questiona questões investigadas pela semiótica de Peirse²⁴.

Os desencontros entre o pai da psicanálise e o líder do movimento surrealista, André Breton, refletem a condição desencontrada que a própria psicanálise revela ao homem. O eu não é mais senhor de sua própria casa, brada Freud – ao mesmo tempo em que a arte moderna, com um Cézanne, mostra que o eu não é mais senhor do espaço de representação pictórica (RIVERA, Tânia, 2002, p. 07).

O Modernismo foi a mais radical ruptura com o passado na história da arte. A rebeldia modernista era tal que o movimento atacou a própria modernidade, ao mesmo tempo em que se sentia muito entusiasmado pelos tempos modernos. A energia criativa do Modernismo, que se estendeu do final do século XIX até os anos 60 no século XX, gerou um dos períodos culturais mais ricos da história. Foram tempos em que as artes vivenciaram um experimentalismo nunca antes visto e em que se buscou incessantemente uma total liberdade de expressão.

²³ Gianotti (2000, p. 07) “define que o marxismo foi e continua a ser para um número reduzido de adeptos uma ideologia, no sentido marxiano do termo, utopia revolucionária internacionalizante, mas também doutrina oficial de vários estados nacionais”.

²⁴ Santaella (2012, p. 04) “posso afirmar que a Semiótica peirceana, longe de ser uma ciência a mais, é, na realidade, uma Filosofia científica da linguagem, sustentada em bases inovadoras que revolucionam, nos alicerces, 25 séculos de Filosofia ocidental”.

O Modernismo revolucionou as artes visuais e a arquitetura e lança seus conceitos de forma globalizada. Em vez de retratar eventos e personagens históricos, o que importava era o cotidiano da vida contemporânea. No lugar de obras que reproduzissem a natureza ou o mundo como eram vistos, o objetivo era mostrar como o artista percebia a realidade dentro da mais pura abstração. A tradição e todas as suas regras e convenções foram atacadas pelos artistas modernistas que engajados em seu tempo e espaço, ressignificaram a subjetivação através da imagem, da incorporação da tecnologia, dos novos conceitos, agora globalizados, e da nova dinâmica da vida social. Como escreveu Baudelaire em seu artigo seminal “*The Painter of modern life*” (publicado em 1863), o modernismo “é o transitório, o fugidio, o contingente; é uma metade da arte, sendo a outra o eterno e o imutável.”

No início dos anos 50, em Londres, surgiu um novo movimento chamado de Pop Arte, unido a um grupo de artistas que discutiam sobre a crescente cultura de massa, que se propagava através do cinema, do consumismo, das mídias e das comunicações, no design de produtos, e das novas tecnologias que se originavam nos Estados Unidos. Ao fim da segunda grande guerra a Europa deixava de ser o centro produtor da cultura artística moderna. O novo centro cultural e econômico desloca-se para Nova York e a América se apropriou não só da cultura, mas também das questões propostas pela arte moderna nascida em berço europeu. Os americanos sentiam-se um povo jovem em conquista da supremacia mundial.

A arte é a não inibição num mundo onde a inflexível regularidade da vida social, inteiramente empenhada no esforço produtivo e na acumulação capitalista, cria uma condição geral de inibição e neurose. Assim se explicam a *action painting* e a Arte Pop, que a sociedade americana aceita alegremente como sua contrapartida (ARGAN, 2002 p. 508).

Andy Warhol, o mais importante representante da Pop Arte, declarou para espanto de muitos que “ser bom nos negócios é o mais fascinante tipo de arte”. O artista britânico Richard Hamilton, outro expoente da Pop Arte, que considerava que o artista da vida urbana do século XX é, inevitavelmente, um consumidor de cultura de massa e por consequência, potencialmente um contribuinte para ela. Ele afirma em 1957 que a Pop Arte é: “popular; momentânea; consumível; barata; produzida em massa; jovem; espirituosa; sexy; trapaceira; glamorosa; e um ótimo negócio” (HAMILTON, apud DEMPSEY, 2003, p. 217).

O objetivo era criar uma arte cada vez mais industrial, baseada em repetições como fica bastante evidente nas séries de retratos feitos com a técnica de impressão serigráfica, pelo artista americano Andy Warhol (Figura 25).



Figura 25 - Marilyn Monroe²⁵.

Fonte: ARTE MAIOR. Disponível em: <<http://artemaior.wordpress.com/2010/11/02/pop-arte-e-andy-warhol/>> Acesso em: 14 out. 2013.

A Pop Arte, propondo uma nova sensibilidade estética com base nos novos paradigmas lançados no pós guerra, estabelece-se de forma bastante apropriada na construção da imagem, feita com a técnica de colagem, a partir de recortes publicitários, por Richard Hamilton em 1956, intitulada de “O que exatamente torna os lares de hoje tão atraentes?”, completamente identificada com os signos, o consumismo e a comunicação de massa (Figura 26).



Figura 26 - Colagem de Richard Hamilton²⁶.

Fonte: ART POP. MAcCARTHY, David São Paulo. Cosac & Naify. 2002. p. 7.

²⁵ Retrato de Marilyn Monroe por Andy Warhol.

²⁶ Colagem de Richard Hamilton: “O que exatamente torna os lares de hoje tão atraentes?”

Esta arte espelha a nova subjetivação incorporada no pós-guerra e a formação de uma nova posição sócio cultural, onde o efêmero, o gosto pelo novo e a renovação constante passaram a fazer parte da rotina das pessoas. Para expressar e responder aos anseios e às angústias dessa nova etapa da modernidade, a arte respondeu com experimentações radicais principalmente na literatura, nas artes visuais, na arquitetura, no teatro, na dança e na música. Causando uma ruptura em muitas ideias convencionais a respeito da arte. Ela teve seus fundamentos nos movimentos artísticos do início do século XX, principalmente no dadaísmo e no surrealismo, apesar de serem notadas também as influências do cubismo e do futurismo. O ceticismo e a atitude permissiva do dadaísmo em relação às belas-artes, assim como sua irreverência e postura iconoclasta e suas técnicas, como a colagem e a montagem fotográfica, são elementos dadaístas muito presentes nas obras da Pop Arte. O surrealismo, principalmente devido ao seu interesse pela fantasia e pelo desejo, ecoou na Pop Arte em sua atração pelo consumismo.

No começo dos anos 60, era forte ainda uma concepção de arte do Modernismo que se baseava na separação entre arte e vida. Ao buscar inspiração justamente nas propagandas comerciais, nos meios de comunicação de massa e no design de produtos de consumo popular, entre outros, a Pop Arte contornou esse conceito e apresentou uma nova e revolucionária possibilidade de arte.

Esteticamente, pode-se caracterizar a Pop Arte, apesar de sua heterogeneidade, a partir do uso de cores saturadas, de formas simples com delineamentos nítidos e supressão do espaço profundo, dos temas inspirados na sociedade de consumo e de um processo de produção semimecânico, que utiliza uma transferência direta de imagens, através da serigrafia e de técnicas de colagem.

Movimento antiromântico ou uma “contrarrevolução” nas palavras de Warhol, a Pop Arte foi assimilada somente no final dos anos 60, época da qual foi uma das principais manifestações artísticas ao revelar suas tensões e seus desejos democráticos, revigorou e ampliou as propostas do Modernismo, vislumbrando uma nova arte acessível a muitos.

O ciclo das artes que ficou batizado como modernismo teve o seu fim por volta dos anos 60, quando novos questionamentos e novas possibilidades expressivas surgiram no panorama das artes. A partir de então se inaugura o período batizado pelos teóricos de pós-modernismo, que tem como característica a absorção de todas as teorias e práticas artísticas propostas desde o final do século XIX até os anos posteriores ao término da segunda grande guerra. Todas as transformações que instigaram e provocaram mudanças no ver, fazer e perceber arte, apresentadas pelo modernismo, são incorporadas na nova

subjetividade pós-moderna, onde as questões desse “novo homem” culturalmente ressignificado com base no desenvolvimento social e tecnológico.

Na arte do pós-guerra formam-se diferentes vertentes do pensamento estético. Enquanto que a arte Pop inicialmente proposta em Londres, ganha força nos Estados Unidos, devido ao deslocamento do eixo econômico e cultural da Europa para Nova York, nos países europeus formam-se grupos com teorias diametralmente opostas. Contrária a espetacularização proposta pela Arte Pop, a arte da mercadoria, o fazer artístico, nestes diferentes nichos do pensamento, liberta-se da matéria sensível e afasta-se do belo. A nova materialidade nas artes vale-se de sacos velhos e rasgados, de trapos, papéis e madeiras queimadas, latarias, sucatas. A desconstrução da figura inaugurada pelo impressionismo encontra eco nas esculturas do suíço Alberto Giacometti, “que destrói fisicamente a estátua, tornando-a um perfil quase filiforme” (ARGAN data 2002, p. 544). Na Espanha a arte reflete a dura situação política de liberdade cerceada. A arte ocupa-se da fenomenologia dos vestígios e resíduos, dos restos mortais, dos dejetos.

Como desdobramento do Dadaísmo, do *ready made*, a arte passa a se valer do objeto, que contemporaneamente se define como uma peça encontrada pronta ou construída pelo artista com materiais diversos. O conceito de objeto, ainda que tridimensional, afasta-se da escultura e também é mencionado como *assemblage*. ARGAN (2002, p. 547) refere-se ao trabalho de E. Colla, afirmando essa contraposição à visão da arte espetáculo como:

...o fragmento mecânico quebrado ou abandonado redefine-se como objeto justamente por ter-se subtraído á lógica funcional da máquina. Não, portanto porque represente a “civilização da máquina”, mas por já não estar em relação com ela (ARGAN, 2002, p. 547).

Na mesma linha é proposta a arte cinética que questiona a relação com a máquina e a tecnologia e tem seu maior expoente no francês J. Tanguély que constrói máquinas a partir de sucatas, com movimentos grotescos, caóticos e inúteis numa alusão simbólica que questiona a era do produto. Outra vertente, chamada de poéticas do signo “põe-se além da identificação da arte e da existência”. Segundo ARGAN (2002, p. 551)

A noção de signo emerge na arte européia, no exato momento em que se esboçam as pesquisas semiológicas e estruturalistas em outras disciplinas, especialmente na glotologia; ou seja, quando cada disciplina, para desenvolver sua metodologia, sente a necessidade de analisar e elucidar o significado de seus signos. Na arte, a pesquisa significa também, é o início da exigência de requestionar a razão e a função institucional da própria arte.

Uma combinação de todas estas vertentes é que dá a verdadeira noção da condição pós-moderna e da visão múltipla da arte contemporânea. Quando ao final dos anos 50 a Pop Arte se expressa de modo a representar a política do espetáculo e do consumo, que é sistematizada e teorizada por Debord em 1967, praticamente dez anos depois, ela própria já é o entrecruzamento dos movimentos anteriores como o futurismo e o conceito da aceleração do tempo, do dadaísmo e a negação da objetividade, do construtivismo com a abstração e as relações espaciais e estruturais das novas materialidades, só para se citar alguns dos importantes movimentos do modernismo.

No período pós-moderno o universo da criação se amplia e nos anos 60 e 70 as maneiras de se ver o mundo e representá-lo são múltiplos. Floresce a Arte conceitual, que é definida como a arte da ideia e tem como uma de suas premissas que a arte deva se fundir diretamente com a vida social das cidades, se tornando inseparável da ação e do pensamento. O uso do termo “Arte Conceitual” surge em 1961, em Nova York, para definir as atividades de um grupo de vanguarda denominado de Fluxus. “O ethos predominante do Fluxus constituía-se de uma mistura de crítica aguçada e de humor extravagante – afastando-se da pompa e do protocolo da “alta cultura” vinculada diretamente a burguesia” (WOOD, 2002, p. 22/23).

Enquanto a arte cada vez mais se desmaterializava a imagem fotográfica ocupava os espaços antes destinados à matéria. A fotografia propiciou um novo método de aprendizado do real, em função da acessibilidade do homem de diferentes estratos sociais à informação visual e aos hábitos de diferentes civilizações. Micro aspectos do mundo passaram a ser cada vez mais conhecidos através de sua representação. A partir do século XX, o mundo se viu aos poucos substituído por sua imagem fotográfica, tornando-se assim portátil e ilustrado. Além de propiciar a inusitada possibilidade de autoconhecimento e recordação, de criação artística, de documentação e denúncia, graças a sua natureza testemunhal.

O surgimento da fotografia também apontou uma forte influência na moda, iniciando uma nova linguagem fotográfica, que remodelou a sociedade de consumo nascida a partir da revolução industrial. Inserida na vida social, a moda não pode ser identificada somente como simples manifestação das paixões vaidosas e distintivas, tornando-se uma realidade sócio-histórica da modernidade. A moda nega o passado e se põe como febre das novidades, celebrando o presente social e as relações de poder por ela representadas. Com ela surge também, a glamorização da fotografia, incitando a formação de um padrão estético de imagem ligada ao vestuário e ao comportamento. Como

precursores deste movimento podemos citar: Adolph de Meyer (Figura 27), Pâmela Hanson, Edward Steichen e Man Ray. A fotografia de casamento, por sua vez, também incorpora esta nova linguagem proposta e maneiras de representar. Visto que, como afirma Baudrillard:

a roupa é uma extensão da pele e do corpo, os acessórios e os adereços, uma extensão da roupa. Por isso mesmo, também são chamados a desempenhar o seu papel como aceleradores do ritmo de mudanças. De coadjuvantes da vestimenta, passam a competir no palco da visibilidade e a ocupar posições privilegiadas nas cenas espetacularizadas da moda. Na prodigalidade de materiais, cores, formas e brilhos que exibem, exarcebam e teatralizam a aparência, tornando-se um ato performático (BAUDRILLARD, 1981, p.112).



Figura 27 - Adolph de Meyer²⁷.

Fonte: FANPOP. Disponível em: <<http://www.fanpop.com/clubs/fashion-photography/articles/190/title/baron-adolph-de-meyer-vogues-first-fashion-photographer>> Acesso em: 13 out. 2013.

Na medida em que a utilização da fotografia se amplia culturalmente, tendo uma aplicação cada vez mais diversificada e abrangente, ela passa a ser produtora de sentido enquanto linguagem, quando a cultura escrita perde espaço para a cultura imagética, que gera uma quantidade enorme de artefatos visuais, sonoros, ambientais com estéticas diversas, imersos em uma floresta de símbolos e códigos. A linguagem imagética produz e reproduz informações e conhecimentos, veicula discursos, significados e intenções e, em certas situações, estas imagens podem favorecer a comunicação, ultrapassando códigos de diferentes discursos das várias culturas, fundamentalmente da cultura da imagem.

A cultura da imagem aborda um campo de estudo transdisciplinar e multirreferencial, que pode tomar seus referenciais em várias áreas do conhecimento,

²⁷Fotografia de Adolph de Meyer (1868-1949). Consagrado o principal precursor da fotografia de moda.

inclusive dos estudos de gênero, mídia e redes sociais. Enfatizando, que o campo de estudos tem como base os significados culturais, vinculando-se à noção de mediação, de representações, valores, identidades e interações sociais.

A mediação “não começa nem termina com um texto singular” (SILVERSTONE, 2002, p. 37): ela se expande multiplicando-se até alcançar a leitura e o leitor, que se engaja ativamente na produção de sentido. Assim entendida, a noção de mediação perpassa por entre campos bem distintos: ora refere-se à configuração técnica dos dispositivos tecnológicos (televisivo ou cinematográfico), ora produz valor discursivo (quando trata das marcas específicas de um gênero textual), ou ainda diz respeito às práticas culturais que conformam o contexto da recepção. Dispositivos estes conceituados por AGAMBEN (2005), como “qualquer coisa que tenha algum modo de capacidade a capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”. O autor revela também como o dispositivo atua no processo de subjetivação: “Chamo sujeito o que resulta na relação e, por assim dizer, do corpo a corpo entre os viventes e os dispositivos”. Face às afirmações de Agamben, podemos destacar que o sujeito é constituído por tudo aquilo que experimenta e, nesta atividade se efetiva a experiência. Enquanto para Bacon e Leibniz, sua incidência passa a ocorrer fora do homem quando separada dos quadros da tradição. Se no domínio da tradição - aquela na qual vive o narrador benjaminiano – a experiência é algo finito (nós podemos tê-la), no âmbito do conhecimento científico, infinito, nós podemos realizá-la, mas sem ter a sua posse (AGAMBEN: 2005, 22-23). A experiência é “a uniforme e contínua multiplicidade do conhecimento” (BENJAMIN, 2000, p. 108). Diante deste cenário, nos encontramos em uma revolução do cotidiano com a participação de mudanças na esfera econômica, política e tecnológica, fundamentalmente sob os movimentos de significação entre a cultura da imagem, a midiaticização pela experiência e as diferentes formas de interações sociais, que são engendradas independentes de espaço/tempo.

As imagens têm vida cultural e exercem poder psicológico e social sobre os indivíduos. No contexto da cultura visual, a imagem, além de representação, pode ser entendida como um artefato cultural; por isso ela permite a reconstituição da história cultural de grupos sociais, contribuindo também para um melhor entendimento de processos de mudança social. Dessa forma, a representação também é uma prática de significação, logo, a imagem não fala por si só, mas expressa e dialoga constantemente com modos de vida típicos da sociedade que a produz.

Nessa mesma linha de raciocínio, Freedman (2002,2003) mostra que nossas identidades se refletem e se definem nas maneiras como representamos a nós mesmos visualmente. A cultura é a forma de viver e a cultura visual dá forma ao nosso mundo, ao mesmo tempo em que é nossa forma de olhar o mundo.

Estas questões operam com muita relevância nesta pesquisa, enquanto investigo a construção da identidade, a constituição da subjetividade e da própria vida social contemporânea, analisando as implicações da passagem do ritual tradicional de casamento para o ritual espetacular. A imagem de casamento espetacular, enquanto linguagem constitui a formação desta cultura visual, possuindo objetos de interesse, todos os artefatos culturais, tecnológicos e instituições da representação visual, que são ditados recorrentemente por imposição regulada, porém não percebida, pela moda, pelos meios midiáticos e redes sociais.

3.2 CASAMENTO COMO ESPETÁCULO E “JUVENTUDE” CONTEMPORÂNEA

Numa dimensão fundamentalmente temporal, o sujeito representado nesta dissertação pela juventude contemporânea, se torna o que é e o que faz no próprio ato de engendrar significados as suas experiências e trocas compartilhadas pela vivência e convivência cotidiana. A sociedade globalizada, sobretudo, se faz premente nesta conectividade por intermédio da linguagem de comunicação, que na sua essência, é um meio de representação, através do uso de um conjunto de sinais que subjetivam este público a gerar e potencializar significados a respeito delas. Não menos importante, muito pelo contrário, a cultura está atrelada de forma inseparável ao papel desses significados. E a juventude, por sua vez, caracteriza-se pela forte e constante influência do meio social em que está inserida, construída e produzida, através de suas práticas culturais. Nesta concepção, podemos articular a juventude contemporânea à materialidade da cerimônia de casamento diretamente ao foco de discussão deste capítulo.

Contemporaneamente, entre as práticas culturais tendenciosas e dominantes, encontramos uma intensa ligação entre o crescimento estatístico da juventude²⁸ e o desejo idealizado de ser protagonista em um ritual de casamento espetacular. Estas

²⁸ “Juventude é um estado de espírito, é um jeito de corpo, é um sinal de saúde e disposição, é um perfil de consumidor, uma fatia de mercado onde todos querem se incluir” (KEHL, 2004, p.89/90). “Ser jovem é viver um contato original com a herança social e cultural” (SOUSA, 2006, p, 10).

transformações sociais são estimuladas e intensificadas por todos os meios de comunicação de massa, articulados entre os meios digitais e virtuais, que consequentemente abarcam uma hegemonia predominante da Internet.

A juventude brasileira incorpora hoje 26% de toda a população, correspondendo a 50 milhões de pessoas com faixa etária entre 15 e 29 anos de idade, a maior documentada até os dias atuais, conforme registros da CNPD (Comissão Nacional de População e Desenvolvimento). Estes resultados indicam que o Brasil é um país jovem, logo, isso configura um “estilo de vida” (Bennet e Kahn-Harris, 2004), numa sociedade que significa tal juvenilização como inquietações na busca do novo, da diversidade e da instantaneidade. Como argumenta Reguillo (2003, p. 104), “a mutabilidade dos critérios que fixam os limites e os comportamentos jovens está necessariamente vinculado aos contextos sócio históricos, produto das relações de força de uma determinada sociedade”.²⁹

Esta categoria, muito estudada por Ariès (1986), já foi dividida por grupos etários chamados de infância, adolescência e adultidade. Em meio a esta confusão identitária de suas fases, Vicent-Buffault (1996), documentou a infância como uma faixa etária totalmente inventada, devido aos cuidados e a valorização em relação ao bem estar, a proteção e a educação das crianças. Nos séculos XVIII e XIX, “a juventude torna-se, por excelência, a idade de aprender” (idem, p.105), deixando para traz uma infância de ‘dever ser’, uma trajetória preparatória para a idade adulta. Margulis e Urresti (2000) apontam que é na modernidade, “a partir dos séculos XVII e XIX [que] começa a ser identificada como camada social que goza de certos privilégios, de um período de permissividade [...] entre a maturidade biológica e a maturidade social” (idem, p. 04). Canevacci (2005, p. 07), identifica a pós-modernidade como a época do rompimento de todas as tradições construídas e fixadas como permanentes, “morrem as faixas etárias, morre o trabalho, morre o corpo natural, desmorona a demografia, multiplicam-se as identidades móveis e nômades”, estas transformações sócio históricas aludem mudanças culturais tornando a sociedade contemporânea totalmente líquida.

²⁹ Neste estudo não entrará em cena a ampla e já consolidada discussão sobre a diversidade da condição juvenil brasileira, que não pode ser reduzida a uma única imagem ou identidade, necessitando como “fato histórico” ser compreendida na sua inesgotável diversidade étnica, econômica, política, social, de gênero e todas as outras formas de expressão que a caracterizam. (DAYRELL, 2003, 2007; CARRANO, 2005, 2014; SCHWERTNER e FISCHER, 2012). Entretanto, no contexto desta dissertação, “juventude” será tratada como sintoma social, signo produzido e reificado midiaticamente como marca dos valores de transformação, gozo e ascensão social, estereótipos que impregnam as indústrias culturais (digitais virtuais, inclusive), sobretudo advindas de representações das camadas médias e altas (economicamente) da sociedade.

Este rito de passagem, o casamento, marca histórica da juventude, reúne uma gama significativa de valores e documentação histórica, que contempla uma melhor compreensão do perfil comportamental e social do sujeito contemporâneo. No entanto, em uma sociedade onde os sólidos são descartáveis e a liquidez ganha morada, por que a juventude – como imagem de transformação e mudança – aufere valorização ao ritual de casamento, sendo que este sempre foi um rito característico da tradição?

Na atualidade, com a juventude representada como movida pela busca de satisfação pessoal, comportamentos são tencionados com veemência pela sociedade do consumo, em que se torna possível a venda de felicidade, uma fantasia comercializada pelos movimentos cotidianos e repetitivos, no entanto, sempre inovadores, que pluralizados por dispositivos tecnológicos (já contemplados no decorrer desta pesquisa), objetivam resgatar este sujeito garantindo valores estendidos à comercialização e exibição da própria imagem.

Celebrar o ritual de casamento compreende para a juventude fundamentalmente *aparecer, parecer ser e tornar-se visível*, esta visibilidade torna-se uma representação do meio social em que o sujeito está inserido, produzindo inúmeros significados relacionados à classe social e poder. Sendo assim, podemos afirmar que, *este momento singular e sua essência tradicional vêm perdendo o tradicional sentido na contemporaneidade*, antes compreendido como um ato solene composto por valores históricos em seus espaços/tempos, onde a real importância se dava na concretização do pedido de casamento, na aliança e na formação da família. Agora, o rito transformou-se em um grande evento, que comercializa a venda da imagem estetizada e espetacularizada enquanto consumida, movimentando no Brasil uma indústria milionária de espetáculos.

Percebemos a potencialidade desta indústria em todos os espaços sociais e virtuais, Pinho (2003, p.7) afirma que a Internet permite “uma comunicação aberta e ‘dialógica’, é o estabelecimento de relacionamentos mais próximos, permanentes e duradouros entre organização e os diversos públicos que a constituem e com ela interagem”. Este é um mercado que movimenta e organiza a economia, multiplica-se de forma globalizada por meio de *sites*, enquanto os espaços geograficamente localizados e artefatos culturais, também ganham relevância através da exposição de imagens de eventos hegemônicos nas principais revistas do segmento, dentre eles, a vida pública das celebridades, todas as tendências e atualizações da sociedade. Entre as mídias mais procuradas citamos: Revista Veja, Casamentos, Época, Noivas, Quem Acontece, Caras, Noivas e Noivos... disponíveis virtualmente e em meio físico. Estes artefatos culturais geram publicidade e assessoria como referencial para o “novo”, o que ainda não foi “visto” e o “diferencial” que, sobretudo, deve ser *espetacular*.

O desenvolvimento universalizado de todas estas práticas culturais é tematizado na obra de Guy Debord, publicada em 1967, “*A sociedade do espetáculo*”, onde preconizava que o mundo, as coisas – mercadorias – passaram a ser os verdadeiros donos da vida cotidiana, chamando de “alienação” social o resultado do fetichismo atribuído ao consumo e a mercadoria que, no estágio industrial avançado da sociedade capitalista, viria a ter grande relevância na vida dos consumidores. “O espetáculo”, diz Debord, “é o mundo da mercadoria dominando tudo que é vivido” (p.21).

Koff define a cultura contemporânea com base nas afirmações de Debord sobre a civilização do espetáculo como:

A cultura, entendida inicialmente como a esfera geral do conhecimento e das representações da vida social, teria sofrido um processo de dissolução ao tornar-se mercadoria, e por sua vez transformada em fetiche ao dominar a vida social, implicando ainda a renúncia à consciência do desejo. Os desejos impulsionados pelo fetichismo da mercadoria são para Debord desejos inconscientes e inautênticos, produzidos pela manipulação do espetáculo. Estas pseudonecessidades impostas pelo consumo moderno não poderia ser contrastadas a nenhuma outra necessidade ou desejo autêntico que não seja produzido pela sociedade através de sua história (KOFF, 2003, p.40).

É importante salientar que contemporaneamente alguns autores consideram que a cultura é construída em faces de diferentes formas. Para alguns teóricos é chamada de juvenil ou tribal, caracterizada no mundo atual como a cultura da imagem, discutida até o momento como legitimadora no ritual de casamento. Em especial, se faz relevante também nesta discussão, a noção de cultura do narcisismo, discutida por Christopher Lasch (1983), que se debruça sobre o tema referenciando as questões ligadas a formação da subjetividade contemporânea do “eu” em sua obra “*A Cultura de Narcisismo*”³⁰, que segundo o autor os narcisistas de nosso tempo, se caracterizam pela superficialidade emocional, individualismo, hipocondria, pseudo autopercepção, promiscuidade sexual, horror à velhice e à morte. Também chamados como radicais, desprezam o passado e vivem o momento, perdendo o sentido de continuidade histórica.

³⁰ A Cultura do Narcisismo” refere-se à forma que as culturas capitalistas modernas assumiram, principalmente a partir das últimas duas décadas. Consiste basicamente numa preocupação acentuada, proveniente de todos os campos, com a realização individual privada em estreita ligação com as opções do consumidor, em detrimento dos ideais coletivos. Ou seja, ocorre um desinvestimento do mundo em retorno ao próprio eu, onde a beleza, a juventude, a felicidade, a segurança, o sucesso pessoal etc. são cada vez mais reivindicados pela indústria cultural como um bem a ser adquirido através do consumo. Uma enorme gama de novos produtos e serviços passa a ser “ofertada” pela publicidade a um público cada vez mais segmentado, passando isso a significar: “liberdade”, “pluralidade” e “democracia”. Aqui, o objeto de consumo em sua forma fetichizada constitui-se numa forma de pseudoescape do narcisismo nocauteado (LASCH, 1983, p. 43).

Não obstante suas ocasionais ilusões de onipotência, o narcisista depende de outros para validar sua autoestima. Ele não consegue viver sem uma audiência que o admire. Sua aparente liberdade dos laços familiares e dos constrangimentos institucionais não o impedem de ficar só consigo mesmo, ou de se exaltar em sua individualidade. Pelo contrário, ela contribui para a sua insegurança, que ele somente pode superar quando vê o seu “eu grandioso” refletido nas atenções das outras pessoas, ou ao se ligar àqueles que irradiam celebridade, poder e carisma. Para o narcisista, o mundo é um espelho, ao passo que o individualista áspero o via como um deserto vazio, a ser modelado segundo seus próprios desígnios (LASCH, 1983, p. 30-31).

O narcisismo também é um reflexo do sintoma de cultura que movimentam as práticas culturais, legitimando-se na satisfação do outro perante sua imagem refletida pela admiração, ganhando destaque na virtualidade e no ritual de casamento. Em um passado recente a visualidade da imagem não operava com a mesma velocidade, tornavam-se públicas apenas através dos álbuns de fotografia, que representavam artefato de memória pautado em critérios de originalidade, unicidade e recepção restrita.

Já analisando, as transformações propostas, pelos meios virtuais, tecnologias digitais e pelas redes sociais, podemos apontar que estes dispositivos publicizam a imagem do sujeito contemporâneo de forma acelerada e interativa em momento real e instantâneo. Este novo estilo de vida, se deu, a partir da evolução tecnológica da fotografia e também do cinema, inaugurou-se a produção seriada e a recepção coletiva (BENJAMIN, 1987). Primo (2003, p. 39) afirma que “de fato, as redes informáticas vieram transformar e ampliar as formas de comunicação”. Neste sentido, códigos culturais são criados socialmente na construção de narrativas que ocorrem em seus espaços-tempos, onde diferentemente dos ambientes físicos, geograficamente localizados, não existem barreiras de comunicação estabelecidas pelo espaço (lugar), incitadas pela articulação que o ciberespaço apresenta com os espaços digitais virtuais. Dois aspectos que não representam funcionalidades e representações idênticas, porém estão atrelados para possibilitar as redes de comunicação, experiências e interação. Trazemos a contribuição de Lèvy (2010b, p.41) para melhor compreensão deste conceito, “o ciberespaço não compreende apenas materiais, informações e seres humanos, meio atores, meio cenários: os programas”. Em sua contribuição percebemos que o ciberespaço se constitui através das possibilidades de criar espaços de convivência e interação por meio de programas que trabalham com elementos da participação, exploração e memória. As capacitações destes programas e os movimentos dos sujeitos inseridos no ciberespaço estabelecem os espaços digitais virtuais que são construídos a partir da participação, registro e comunicação visual, através da imagem.

E neste círculo específico, a imagem enquanto produzida, revoluciona seus modos de reprodução e de recepção pelas transformações tecnológicas. Tornando-se um signo que se relaciona com o seu produtor, narrando um momento de vida e carregando códigos visuais que permitem o conhecimento de nós mesmos, assim como a cultura e a representação que ela retrata. Assim, Lemos e Lévy (2010) nos relatam que “as ações de produzir, distribuir, compartilhar são os princípios fundamentais do ciberespaço”.

Dentre tantos espaços virtuais da atualidade podemos citar o hibridismo tecnológico digital, que agrega diferentes redes sociais: Instagram, Flickers, Twiter entre outros, no entanto, o escolhido para a coleta de dados e imagens desta pesquisa foi à mídia social digital chamada Facebook. Esta mídia social digital através do espaço de interação é um dos meios de comunicação mais utilizado contemporaneamente para a divulgação de acontecimentos, os sujeitos buscam inovação de forma ubíqua e estão conectados há quase todo instante. Para Anderson (2006, p.38), “estamos evoluindo de um mercado de massa para uma nova forma de cultura de nicho, que se define agora não pela geografia, mas pelos pontos em comum”. Tapscott (1999, p.67) explica que os jovens “vivem e respiram inovação, constantemente procurando aperfeiçoar o modo como as coisas são feitas”. Paul Virílio já em 1980 chamava a atenção para aquilo que denominaria “era paradoxal”. Trata-se das práticas de representação na virtualidade. Para ele, a humanidade passou da eternidade à instantaneidade, quase tudo se reduziu ao tempo e, com isso, a imagem tecnicamente perfeita de nosso tempo, ao atingir alta definição, tornou-se aparentemente capaz de substituir o real. Como nos revela em suas palavras também Peixoto (1988, p. 362) “está cada vez mais difícil distinguir o que é real e o que não é, pois as imagens passaram a constituir elas próprias à realidade”.

É nesse contexto que emerge uma cultura da imagem, agora não mais vista sob a figura da mitologia antiga ou das narrativas clássicas, mas na agitada vida da sociedade contemporânea, onde, tudo concorre para ser visto e valorizado em uma economia capitalista e espetacular.

A grande diferença entre a cultura do passado e a cultura do entretenimento de hoje, é que, enquanto a cultura do passado pretendia perpetuar-se nas gerações futuras, transcender o tempo presente, os produtos da cultura contemporânea “são fabricados para serem consumidos no momento e desaparecer, tal como biscoitos ou pipoca” (LLOSA, 2013, p 27). Em todos os âmbitos e meios sociais que permeamos, podemos perceber a força e influência da cultura da imagem, onde o consumo não se resume somente por meio da compra de objetos, mas também no consumo de nós mesmos a partir do momento que

nos movimentamos para atender aos apelos dos meios tecnológicos e de comunicação em uma sociedade totalmente visual.

Foi com a fotografia, e logo em seguida com o cinema, que se deu início a uma potente transformação do processo cultural. Conforme Machado:

“Um novo paradigma na cultura do homem, baseado na automatização da produção, distribuição e consumo da informação [e não só das visuais], com conseqüências gigantescas para os processos de percepção individual e para os sistemas de organização social. Mas é com as imagens eletrônicas [disseminadas pela TV] e com as imagens digitais [ciberspaço] que essas mudanças se tornaram mais perceptíveis e suficientemente ostensivas para demandar repostas por parte do pensamento crítico-filosófico” (MACHADO, 1989, p.13).

Esse artefato especificamente incitou uma nova revolução no mundo das imagens trazendo consigo novas perspectivas e modos de percepção do sujeito, assim como sua produção e publicização. Hoje, a imagem deve influenciar, motivar, emocionar e impactar o público. “O bem-estar, a liberdade de costumes e o espaço crescente ocupado pelo ócio no mundo desenvolvido constituíram notável estímulo para a multiplicação da indústria da diversão, promovida pela publicidade, mãe e mestra de nosso tempo” (LLOSA, 2013, p 30).

Vivemos em uma época de excessos, também chamada de civilização do espetáculo. Em uma sociedade onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal, também alimentada pela lógica capitalista da produção e do consumo.

Nessa lógica, tornou-se natural vivermos imersos numa imensidão de imagens totalmente estetizadas. Somos seduzidos pelo exibicionismo e o instantâneo, onde a vivência instantânea tomou o lugar da *experiência*, fazendo tudo esgotar-se rapidamente e cair no esquecimento, tornando-se quase impossível a experiência de duração, indispensável à integração do ser e seu sentido de realidade.

Contemporaneamente a vida deixou de ser vivenciada para ser apenas representada, vive-se por “procuração”, como os atores vivem a vida fingida que encarnam num cenário ou numa tela. A procuração neste sentido trabalha no desenvolvimento dos jovens que estão constantemente conectados e por consequência transitam pelo espaço virtual com extrema facilidade, uma vez que possuem habilidade para lidar com a simultaneidade. Possuem uma capacidade de multitarefa, na busca obstinada de aproveitar cada instante da vida, experimentar novas situações, o autoprazer e o hedonismo. A tecnologia ganha um conceito de parte integrante de suas vidas. “O consumidor real torna-se um consumidor de ilusões”. O espetáculo não é um conjunto de

imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediadas pelas imagens, segundo o qual “o que aparece é bom; o que é bom aparece”, ou seja, o único sujeito do espetáculo é ele mesmo. Adorno (1994) refere-se ao indivíduo espetacularizado pelas redes virtuais produzidos em série, em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão, que o que domina é a pseudoindividualidade. Para Lacan, o indivíduo, é descrito como ideal que promove identificações, só se sustenta pelo recalque da dívida simbólica, que produz um “a mais” de alienação e perdido por suas referências simbólicas ele é capturado pela imagem.

Numerosos trabalhos nos últimos anos procuraram definir as características distintivas da cultura de nosso tempo no contexto da globalização, da mundialização do capitalismo e dos mercados, bem como da extraordinária revolução tecnológica. Um dos mais perspicazes é o de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, *A cultura-mundo. Respostas a uma sociedade desorientada*. Ele defende a ideia de que em nossos dias há o enaltecimento de uma cultura global – a cultura-mundo – que, apoiando-se no progressivo apagamento das fronteiras operado pela ação dos mercados, da revolução científica e tecnológica (sobretudo no campo das comunicações), vem criando, pela primeira vez na história alguns denominadores culturais dos quais participam sociedades e indivíduos dos cinco continentes aproximando-os e igualando-os apesar das diferentes tradições, crenças e línguas que lhes são próprias. Essa cultura, diferentemente do que antes tinha esse nome, deixou de ser elitista erudita e excludente e transformou-se em genuína “cultura de massas”. Em total oposição às vanguardas herméticas e elitistas, a cultura de massas quer oferecer ao público mais amplo possível novidades acessíveis que sirvam de entretenimento à maior quantidade possível de consumidores. Sua intenção é divertir, é dar prazer, possibilitar evasão fácil e acessível para todos, sem necessidade de formação alguma, sem referentes culturais concretos e eruditos. O que as indústrias culturais inventam nada mais é que uma cultura em artigos de consumo de massa.

Esta cultura de massas, segundo os autores, nasce com o predomínio da imagem e do som sobre a palavra, ou seja, com a tela. A indústria cinematográfica, sobretudo a partir de Hollywood, “globaliza” os filmes, levando-os a todos os países, e, em cada país, a todas as camadas sociais, pois tal como os discos e a televisão, os filmes são acessíveis a todos, não exigindo para sua fruição, formação intelectual especializada de tipo nenhum. “O cinema significa a primeira tentativa, desde o começo de nossa moderna civilização individualista, de produzir arte destinada a um público de massa[...] formaram o verdadeiro início da democratização da arte, que atingiu o ponto culminante com a

fluência maciça aos cinemas”. (HAUSER, 1995, p. 982). Os meios de comunicação, sobretudo o cinema e a televisão, apresentam o glamour das classes dominantes e estabelecem um padrão de comportamento ditado pela moda e pelos aspectos sociais apresentados. “Will Hays, antigo “czar do cinema” inclui em suas diretrizes para a indústria cinematográfica norte americana a seguinte instrução: “mostrar a vida das classes altas” (HAUSER, 1995, p. 985).

Este fato implica em uma transformação gerada pela subjetivação do sujeito através do consumo da imagem que, espetacularizada vira mercadoria. Os rituais, entre os quais, incluem-se o de casamento, são amplamente afetados por essa imposição à sociedade. “O espetáculo é o momento em que a mercadoria (imagem) ocupou totalmente a vida social” (Debord, 1997, p.30).

Com a prodigiosa evolução tecnológica dos últimos anos é possível fazer verdadeiros milagres no campo da simulação e das fantasias visuais, seja em cinema, vídeo ou fotografia. Na fotografia de casamento especificamente, o que se procura evidenciar no registro fotográfico são as questões estéticas ligadas ao modo de vida representada pelo glamour, pela felicidade, pelo status e posição hegemônica social, conforme referenciado anteriormente no texto, fazendo alusão às colocações de Lasch quanto à figura de Narciso.

Com o fenômeno da invasão eletrônica e particularmente com a expansão das redes sociais, que exprimem de curso ininterrupto a aceleração da comunicação, as imagens de casamento, na forma de sua construção na atualidade, são aquelas que, na verdade, prioritariamente marcam o nosso cotidiano visual no universo desses rituais. Esse processo se acelerou com a revolução da cibernética e a universalização da internet. Não só a informação rompeu todas as barreiras e ficaram ao alcance de todo o mundo, como também praticamente todos os setores da comunicação, da arte, da política, do esporte, da religião, etc., sofreram os efeitos transformadores da telinha. “O mundo-tela deslocou, dessincronizou e desregulou o espaço-tempo da cultura” (LLOSA, 2013, p. 88)

O que antes era vida ativa passará a ter a vida artificial do arquivo. E, ainda mais grave, a cultura será vítima – já está sendo – do que George Steiner chama de “retirada da palavra”. Na tradição cultural “o discurso falado, lembrado e escrito foi à espinha dorsal da consciência” (pág 138). Agora a palavra está cada vez mais subordinada à imagem. E também a música, signo de identidade das novas gerações, cujas músicas pop, folk ou rock criam um espaço envolvente, um mundo no qual escrever, estudar e comunicar-se pessoalmente são coisas que “se desenvolvem num campo de vibrações estridentes (LLOSA, 2013, p.150).

Nessa incessante busca da visualização (de aparecer), o sujeito é tratado como “consumidor”, onde a operação consiste em apelar para a dimensão do desejo e sua transformação em objeto dessa indústria. Debord (1967) articula esse espetáculo como nada mais opressivo, tornando o sujeito como desejável; é a face sedutora da opressão. É a face imaginária da dominação, o mito que “naturaliza” o poder e coloca a fantasia a seu serviço. A imagem espetacular é fetiche justamente porque é a positivação dos efeitos da exploração de uma relação, é um atestado de certo modo de vida, riqueza perfeitamente representada através de objetos, olhares e poses. Para Guy Debord (1967) “O espetáculo é a conservação da inconsciência na mudança prática das condições de existência”. “Desde a segunda metade do século XIX, e acentuando-se nas últimas décadas, as noções de eu, indivíduo, subjetividade e sujeito foram sendo varridas por mudanças culturais que tem sido colocado em evidência à instabilidade, multiplicidade e descentramento do sujeito”. (SANTAELLA, 2007, p. 99).

Nas sociedades tradicionais os papéis sociais eram relativamente fixos. O modo de vestir e a aparência indicavam imediatamente a classe social, a profissão e o *status* do sujeito. Nessas sociedades, a identidade costumava ser fixada desde o nascimento, o casamento e de forma evolutiva até a realização pessoal, sendo ainda assim, um repertório de papéis sociais um pouco restrito. Características fundamentais da modernidade encontram-se em constante transição na atualidade e desta forma, moda e modernidade aliam-se para produzir pessoas a procura de novas identidades e atualizações referenciadas por novos estilos, atitudes e roupas, enfim, onde o que importa é a aparência, o que parece ser.

É a moda que exhibe, por meio de signos mutantes, a corporificação, a externalização performática de subjetividades fragmentadas, sem contornos fixos, movediças, escorregadias, mutáveis, flutuantes, voláteis. Em razão disso, a moda se constitui em laboratório privilegiado para o exame da subjetividade em trânsito (SANTAELLA, 2007, p. 99).

Assim, a moda está nos comandos de nossas sociedades; a sedução e o efêmero tornaram-se os princípios organizadores da vida coletiva e moderna. O papel relevante na formação da cultura de massa é atribuído à própria imposição dos costumes pelos meios de comunicação midiáticos em geral com seu poder de manipulação e influência na cultura hedonista contemporânea, na qual se insere a juventude.

Na atualidade, o conceito de juventude tem sofrido de uma forma rápida e profunda, transformações impostas pelas novas formas de subjetivação, sobretudo agenciadas pelos meios de comunicação digitais virtuais. Estes meios de comunicação são uma poderosa ferramenta formuladora e criadora de opinião, saberes, valores e

subjetividades. Na era do espetáculo, esta imposição determinada pela representação da imagem, caracterizada pela evidência do novo, da estética, do poder, do status e do consumo, afasta a cultura erudita da própria construção social aproximando-se cada vez mais da produção de cultura de massa.

Por sua vez, o conceito de juventude, também se afasta cada vez mais de ser caracterizado por uma faixa etária especificamente. Analisando uma imagem de um representante do sexo masculino, aos 18 anos de idade, retratado fotograficamente no século XIX, identifica-se uma pessoa com aparência muito jovem, porém, associada à representação de alguém que já houvesse ingressado na vida adulta, pelas características da imagem na demonstração de atitudes e seriedade. No entanto, contemporaneamente, é possível observar publicações nas redes sociais, imagens de pessoas adultas e maduras, valendo-se de prerrogativas ligadas à moda e representatividades típicas da juventude. Portanto, o conceito de juventude ligado a uma idade cronológica se desfaz, e o modelo contemporaneamente adotado diz respeito muito mais a comportamento e a projeção da imagem. Neste sentido, na medida em que o conceito de juventude se amplia, o casamento como uma instituição social, passa a ser contemplado dentro dos mesmos limites ampliados pela cultura da mídia. Kellner (2001) define como cultura da mídia a forma com que nossas identidades são construídas, a partir de diversas práticas discursivas e não discursivas, logo, é relevante pensar como as novas gerações têm sido forjadas.

Enfim, é evidente o estímulo da juventude pela cultura midiática, uma cultura que eleva a valorização do consumo de mercadorias, de eventos sociais e de si mesmo pela exposição da imagem. Consumir representa estar incluído, ser aceito e fazer parte de um determinado grupo social, seja de forma ubíqua ou presencial, não importa, estar conectado e ser reconhecido legitima um pertencimento. O ritual de casamento está engendrado nesta produção de hipertrofia do *eu*, visto que, o consumo pelo evento de forma espetacular entre os jovens tornou-se um fenômeno na contemporaneidade. Sujeitos com identidades hedonistas que se caracterizam pelo enaltecimento do desejo de “ser diferente” e “possuir o diferente”, subjetivado a espetacular suas “personalidades” como narcisos, sob os refletores da mídia e os olhares de todos.

3.3 SUBJETIVAÇÃO E EDUCAÇÃO

Buscando compreender de que maneira a cultura contemporânea perpassa por uma fluidez contingente e incessante, influenciada e consumida pela mídia em geral e redes

sociais, é que pretendo problematizar, fundamentando, através do discurso de alguns teóricos, a investigação de como se dá a relação entre construção, subjetivação e educação do sujeito.

Vivemos em uma época de grandes transformações históricas, midiáticas e tecnológicas e não há dúvidas de que tais forças imprimem sua influência na conformação de corpos e das subjetividades, exercendo uma pressão sobre os sujeitos dos diversos tempos espaços e estimulando a configuração de certas formas de ser, enquanto inibe outras modalidades.

Certas características biológicas traçam e delimitam o horizonte de possibilidades na vida de cada um, mas é evidente que nossa experiência é modulada pela interação com os outros e com o mundo, mediante a estabilidade da cultura na conformação do que se é. Mediante este cenário e em especial neste século, que pessoas comuns tornam-se “personalidades/celebridades” no meio virtual.

A privatização dos espaços públicos é a outra face de uma crescente publicização do privado, percebe-se um deslocamento de uma subjetividade antes interiorizada em direção a novas formas de autoconstrução. O “eu” de hoje é estupefato; o de ontem, esquecido; e o de amanhã, imprevisível. No esforço de compreender estes fenômenos, alguns teóricos aludem à sociabilidade *liquida* ou à cultura *somática* de nosso tempo, onde aparece um tipo de *eu* mais epidérmico e flexível, exibido na superfície da pele e das telas.

Os líquidos se movem facilmente. Eles fluem, escorrem, esvaem-se, respingam, vazam, inundam, borrifam, pingam, são filtrados, destilados; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos – contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho. (...) A extraordinária mobilidade dos fluidos é o que os associa à ideia de leveza (BAUMAN, 2001, p. 8).

O autor utiliza o termo “liquidez” para caracterizar o estado da sociedade moderna já que esta, como os líquidos, singulariza-se por uma incapacidade de manter as formas. Diferentemente da sociedade moderna anterior, chamada por Bauman (2001) de “modernidade sólida”, que embora aparentemente engessada, ora se desmorona e acaba sempre desmontando a realidade herdada, na tentativa de torná-la melhor e novamente sólida, agora tudo está em permanente estado de desmontagem, sem nenhuma perspectiva de permanência.

Baseado no conceito de Bauman (2001), podemos apontar que a construção de subjetividade do sujeito contemporâneo deixou de ser introspectiva ou intimista. No entanto, a formação subjetiva do eu cartesiano nasce dessa ideia de identidade intimista, traduzida pela expressão “penso, logo existo”. Assim, o eu cartesiano faz referência a uma

introspecção, onde, pensar e existir diz respeito a si próprio tão somente – a consciência de uma identidade única onde à existência se equivale ao pensamento.

Essa visão da subjetividade intimista se estendeu por muito tempo, fecundada na intimidade do espaço privado e confessional do indivíduo burguês entre o século XIX e XX. O espaço privado está ligado a um senso de fisicalidade - estar no seu próprio espaço - ligado, portanto, à inviolabilidade do espaço pessoal. O indivíduo encontrava-se imerso no silêncio e na solidão do seu quarto, onde relatava sua vida, seus desejos, segredos, anseios e ilusões em seus diários, através do auxílio das leituras das obras literárias da época, vivendo desta forma sua individualidade e convertendo-se no herói solitário do romance moderno.

No início do século XXI, a sociedade sofre profundas transformações que afetam os modos com que os indivíduos configuram suas experiências subjetivas. As subjetividades autodirigidas se extinguem para ceder passagem às novas configurações alterdirigidas. Assim, agora, a confissão se torna midiática e os novos gêneros confessionais da Internet se apresentam em tempo real, sendo constantemente presentificados, chamando à atenção a peculiar inscrição cronológica dos novos relatos de si. Especialmente notória nas redes sociais virtuais, a insistência na prioridade da atualização permanente, e sempre recente, por meio de fragmentos de conteúdo adicionados a todo o momento.

Após discutirmos a relação da construção do “eu” e a transformação do sujeito pela subjetivação, é dado o momento de estabelecermos uma relação desta abordagem relacionado-a com as questões referentes à educação do olhar, a partir da fotografia.

Ao nos ensinar o novo código visual, as fotos modificam e ampliam nossas ideias sobre o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar. Constituem uma gramática e, mais importante ainda, uma ética do ver. Por fim, o resultado mais extraordinário da atividade fotográfica é nos dar a sensação de que podemos reter o mundo inteiro em cabeça – como uma antologia de imagens (SONTAG, 2004, p.13).

Operando como dispositivo do projeto moderno de autonomia humana, a educação torna-se emblema de forte impacto social na contemporaneidade derrubando fronteiras geográficas, históricas, existenciais, psicológicas e inclusive estéticas. Segundo Agamben (2005, p.111), “dispositivo é qualquer coisa que tenha algum modo de capacidade a capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”.

Passando a ser identificada como um signo de ampla circulação, como valor social em todos os campos da cultura e assumindo um papel de grande relevância na regulação

das relações sociais, a cultura contemporânea, como dispositivo, desenvolve e gera novas formas de subjetivação alterando modos de existir e conviver. Essas mutações se dão através da progressiva tecnologização social midiática e a utilização da imagem, que conecta a educação a sensibilidade do olhar (as novas formas estéticas de visualização da sociedade e do próprio *self*). Como enfatizou o sociólogo Zigmunt Bauman (2001), “estamos vivendo em uma sociedade líquida, efêmera, fragmentada, descontínua e a educação responde diretamente a essas transformações”. A produção dessa cultura visual contemporânea corrobora com toda essa liquidez, que se define pelo fato de vivermos numa mesma época rica de informação e imagem, compartilhando referências comuns e fundamentalmente através das transformações operadas sobre o tempo, o espaço e subjetividade.

Em uma cultura em que conforme Foucault (2001) e Lyotard (1984) explicitam que as verdades eternas e universais, se é que existem, não podem ser especificadas. Insistindo ainda, na pluralidade de formações de “poder-discurso” ou de “jogos de linguagem”. Tanto as práticas educativas tradicionais como as práticas formadoras da estética da cultura contemporânea, inclusive a cibercultura e a hibridização do conhecimento compartilhado sofrem o impacto de tais transformações, engendradas pela mídia e pelos meios de comunicação de massa. “O vínculo social não é tecido por um único fio, mas por um número indeterminado de jogos de linguagem” (LYOTARD, 1984, p.65).

As características de nosso tempo que estão diretamente ligadas às inovações tecnológicas, a flexibilidade de novos padrões de sociabilidade na vida doméstica, laboral, comunitária e midiática, estabelece uma nova relação temporal acelerada, onde se notam que as diferenças e distâncias não se constituem mais em barreiras culturais. Sujeitos que assimilaram a função de universal, que introjetaram a necessidade do instantâneo, que convivem com o imediato, com o questionamento das ciências, das artes, da cultura e da família, propõem um modelo de reeducação do olhar, como um sujeito que assimilou a transformação radical, que percebe as transformações passarem, que possui a incerteza como noção de futuro, que vive um presente incerto.

Na ótica de Douglas Kellner (2001), filósofo da educação e analista das produções midiáticas que discute a dimensão educativa da mídia, delinea-se um novo mundo virtual de entretenimento, informação, sexo e política. A cultura da mídia atua na produção de novas formas de representar o que é popular, instauradas a partir do processo de globalização e de organização social. Articulando sob a mesma, como ocorrência em vários locais sociais, incluindo a escola, porém não limitando-se a ela. Relacionados,

todos aqueles em que o poder se organiza e se exercita de diferentes formas – bibliotecas, programas de TV, diferentes gêneros de filmes, de jornais, livros, entre outros. As organizações que atuam na produção dessas pedagogias culturais não são usualmente configuradas como educativas, mas sim por promoverem interesses de outras ordens – religiosos, literários, entretenimento e comerciais – porém a autora ressalta que as pedagogias culturais se estruturam a partir destes padrões de consumo que são moldados pela publicidade empresarial, mobilizando inúmeras contradições, tanto momentos de prazer em potencial, quanto um protagonismo ativo baseado na alegria e na felicidade.

Isabel Calado em seu artigo “*Algumas perguntas da educação face às modernas visualidades*” aponta como aprendizagem da liberdade, inserção da vida social e responsabilidade cívica, falando-se de imagens e não de objetos, mas de representações – representações das coisas existentes ou dos pensamentos nascentes do real ou das potencialidades ficcionistas dos sistemas digitais. Tudo se passa como se tivesse instalado um olhar sem objeto, ou melhor, um olhar sobre objetos fetiches, que tem a ver com o imaginário, mas tem tudo a ver com ficção material das imagens. Essas imagens podem ser relacionadas com imagens-retratos, imagens-saberes, imagens-magias, imagens-fetiches, imagens-utilidades. Podemos falar hoje com toda pertinência de imagem-dilúvio, imagem-simulacro e imagens-imateriais. Saramago (2000) afirma em relação ao seu livro “A Caverna”: “Quando digo que as pessoas que estão na caverna somos todos nós é porque damos muito mais atenção às imagens do que àquilo que a realidade é. Estamos lá dentro olhando uma parede, e acreditando que elas são reais”. Afirma ainda, que seguimos vivendo de espetáculos, de pães e circos e que é hora de sairmos da caverna.

Segundo Jean Baudrillard (1999), o real está demasiado presente na imagem, obstruindo todo o espaço de distanciamento, todo o intervalo de ausência reservado a representação. A imagem tornando-se mais real do que o próprio real, desenvolveu um modo perverso de relação do homem com o mundo.

Conforme Edmond Couchot (1994, p.37), “o sentido das imagens não é mais aquilo que nelas/delas compreendemos, nem mesmo aquilo para que servem... é aquilo que muda”. Por isso mais do que qualquer outro meio, a fotografia possui a aptidão de expressar os desejos e as necessidades das camadas sociais dominantes e de interpretar a sua maneira os acontecimentos da vida social, fator que temos experienciado a exibição nas redes sociais. Pois a fotografia ainda que, estritamente unida à natureza, só tem uma objetividade factícia. A lente, esse olho supostamente imparcial, permite que todas as deformações possíveis da realidade, dado que o caráter da imagem se faça determinado

cada vez mais pela maneira de ver do fotógrafo e das exigências de seus comandos. Portanto, a importância da fotografia não só reside no fato de que é uma criação e sim um dos meios mais eficazes de moldar nossas ideias e influir em nosso comportamento.

Na atualidade, dominada pela tecnoestrutura, cujo objetivo persegue a criação incessante de novas necessidades, o desenvolvimento da indústria fotográfica é uma das mais rápidas entre todas as indústrias. “A imagem responde a necessidade cada vez mais urgente do homem de dar uma expressão a sua individualidade” (tradução da autora, FREUND, 1993, p. 08).

A característica de nosso século está marcada na velocidade, já não suportamos imagem sem movimento, sem mudança contínua. A natureza da imagem já não se justifica pelo olhar que nela se detém, mas pelo movimento que a desencadeia. É a lógica da quantidade, do movimento, da velocidade, da mudança e da simulação que impera; e com ela uma estética dos procedimentos mais que uma estética dos objetos. A questão da sucessão vertiginosa das imagens, da sobrecarga informativa e da destruição do tempo (pela hegemonia da velocidade) parece ser de fato, um nó central da problemática da imagem contemporânea – ela arrasta consigo modos de pensar, imaginar, de estar e de ser que justamente constituem a matéria orgânica da educação visual.

Contemporaneamente vive-se a imposição da imagem sobre as ideias na civilização do espetáculo, onde o empobrecimento da vida cultural promove um desinteresse pela vida efetivamente coletiva. No que se refere à mídia televisiva, que propõe manter a consciência telespectadora preenchida por um vazio intelectual e existencial de sua vida cotidiana, promover programações de cunho educacional elevado que favoreçam a educação do olhar crítico não interessa à ordem vigente. Porém, a educação através da imagem, mais propriamente, a educação do olhar, tem a capacidade de provocar efeitos em nossas formas de pensar, agir e ser. Alimentando a crescente modulação das narrativas de si como histórias inspiradas nos códigos audiovisuais e informáticos, que permeiam e recreiam a sociedade midiática, a educação pode interferir sobre a visualidade de modo crítico de modo a aguçar nosso olhar para novas percepções.

Com o avanço tecnológico é possível preservar e multiplicar imagens antigas pelo efeito da reprodução - captura da imagem analógica através da tecnologia digital - e com as fotografias digitalizadas ampliar as possibilidades de contar uma história de vida, seja ela pessoal ou coletiva, com o objetivo de resgatar a memória e transmitir conhecimento, ainda contando com o auxílio da visualização, não só restrita a álbuns fotográficos, mas inclusive de forma ampliada nas redes sociais virtuais. Dentro dessas analogias com o

fazer fotográfico, pode-se referenciar a própria existência através de cortes abruptos em certas sequências, focalizar ou aplicar *zoom* sobre um detalhe, aplicar filtros, efetuar um *close-up* sobre um rosto ou sobre um objeto, superexpor, editar a imagem e enfim, relatar o fenômeno fotográfico preservando uma estética equilibrada preocupada em provocar emoção e sentimento no desenvolvimento de um olhar crítico e sensível.

A ausência de um olhar crítico e sem sentido de responsabilidade, pode deixar as pessoas vulneráveis à manipulação da crescente e inesgotável diversidade de imagens, portanto, temos que admitir que, o olhar precisa ser preparado e educado para ver e analisar as imagens.

É nesse sentido, que a cultura é definida como produção social, e por isso, o olhar pode ser definido como construção cultural, logo, imagens têm vida cultural e exercem poder psicológico e social sobre os indivíduos. Michael Baxandall (1991) aponta para o fato de que o olhar é um sentido construído socialmente e historicamente demarcado.

É exatamente nesse sentido que discutimos nesta dissertação uma possível “educação do olhar”, como uma estratégia de formação estética, onde o olhar é retirado de sua função meramente instrumental de natureza físico-biológica e se instala no seio da produção cultural contemporânea.

No entanto, sabemos realmente o que é olhar? O que é ver? Para compor a relevância sobre a educação do olhar e impulsionar a diferença entre “olhar” e “ver”, Sérgio Cardoso (1988), em suas palavras apresenta distinções;

O ver, em geral, conota no vidente uma certa descrição e passividade ou, ao menos, alguma reserva. Nele um olho dócil, quase desatento, parece deslizar sobre as coisas; e as espelha e registra, reflete e grava. Diríamos mesmo que aí o olho se turva e se embasa, concentrando sua vida na película lustrosa da superfície, para fazer-se espelho... Como se renunciasse a sua própria espessura e profundidade para reduzir-se a esta membrana sensível em que o mundo imprime seus relevos. Com o olhar é diferente. Ele remete, de imediato, à atividade e às virtudes do sujeito, e atesta a cada passo nesta ação a espessura da sua interioridade. Ele perscruta e investiga, indaga a partir e para além do visto, e parece originar-se sempre da necessidade de “ver de novo” (ou ver o novo), como intento de “olhar bem”. Por isso é sempre direcionado e atento, tenso e alerta no seu impulso inquiridor... (p.348).

Visto que o ato de olhar e ver estão diretamente ligados à produção de sentidos, sua compreensão não se afirma apenas a direção do olhar, se faz necessário nesta projeção, estimular a construção de conhecimento e aprendizado. A palavra ver - *eidô* - carrega em sua raiz grega estes significados enquanto verbo, já enquanto forma ou figura denota a representação de uma *idea*. Como declara Chauí (1988:35), aquele que diz *eidô*

(eu vejo) vê e sabe o *eidós*: a forma das coisas exteriores e interiores, forma própria de uma coisa (o que ela é em si mesma, sua essência), a ideia.

Merleau-Ponty (2000:104), conclui que a visão é o resultado do contexto entre olhar e ver, a conjunção entre o espectador e algo visível, uma ligação entre o sujeito e o objeto. Segundo ele, “o olhar envolve, apalpa, esposa as coisas visíveis” e o visível pode mostrar ou ocultar, esta percepção dependerá da disposição e profundidade de quem olha. Cardoso (1998, p.349), também difere ver e olhar;

No ver a integridade e suficiência do mundo, bem como sua sólida e rija consistência, rejeitam o vidente para o domínio de uma total exterioridade em relação a si, fazem o visível dublar-se de um outro absolutamente separado(...). No universo do olhar, no entanto, deparamos outra forma de articulação. Nele, vidente e visível misturam-se e confundem-se em cada modulação do mundo, em cada nó da sua tecelagem, mostram-se imbricados em cada ponto de sua indecisa extensão. E se a realidade os entrelaça, é porque o mundo visível não se dá mais como um conjunto de ‘coisas’, rígidas e íntegras, positivas, mas como o contorno de um campo em que o sentido hora se adensa e se aglutina, ora difunde e dilui numa existência rarefeita, sempre vazado de lacunas e indeterminação. (...) Deste modo a conjunção entre vidente e visível se faz por participação, incrustação recíproca, por comunidade, aderência e confusão. Enquanto no ver, o encontro se dá por contato, justaposição e envolvimento, guardando pois cada polo sua autonomia e suficiência, sua intransigente identidade.

A questão demarcada entre olhar e ver abordada pelos autores acima, nos permite refletir que todos os sentidos do corpo, excluindo o da visão, também fazem parte do modo inerente da subjetivação. Os questionamentos tensionados movimentam o sujeito a produzir significados a partir da experiência estética, que se faz imperativa na troca de experiências vividas, na interatividade cotidiana e na ligação do sensível à imagem, efetivada a partir da presença do “outro” e na construção de conhecimento. O outro é o “sujeito” principal do evento, o espetáculo constituindo-se somente a partir de sua presença, é a imagem na sua totalidade. Para Bakhtin (1927), o ser humano é um ser impossível de se conceber fora de suas relações com o outro.

Sérgio Cardoso (1988, p.349) nos concede suas reflexões sobre o olhar: “o olhar pensa: é a visão feita interrogação”. Nesta perspectiva, instauram-se então algumas características e necessidades intrínsecas na relação da educação do olhar e da experiência estética. No campo da educação, a experiência estética reúne conhecimento e emoção, enquanto otimiza a relação espectador e vida real pedagogizada, onde toda experiência vivida se transforma em aprendizado. Neste mesmo sentido, a educação do olhar modela comportamentos, procura ao mesmo tempo em que recria novos sentidos e significados,

educar a si próprio e delinea efetivamente a fruição da experiência, que conseqüentemente também passa a ser construída em conhecimento.

Sob esta ótica, torna-se relevante destacar a constante associação entre o sentido sintomático de “juventude” e a inovação tecnológica, utilizada tanto nas redes sociais como fora delas, estendendo-se ao espaço educacional e cotidiano. Refletindo significativamente nas transformações no modo de olhar e ver, de ensinar e aprender, de trabalhar e se relacionar.

Representações que acabam subjetivando a juventude a consumir as relações sociais sobretudo no espaço da cultura, abrindo uma infinidade de possibilidades, tanto para a espetacularização de si e das vivências, quanto para usos mais criativos e inventivos do próprio olhar. Fator premente na construção do olhar protagonizado pelas narrativas cotidianas, como constata-se nas palavras de SOUZA (2002, p 62), contemporaneamente “se constitui uma escrita atual do homem, mediada por tecnologia criadora de uma narrativa figurada. [...] podemos afirmar que as imagens constituem hoje as narrativas do mundo contemporâneo, trazendo novos elementos para buscarmos uma compreensão mais abrangente do próprio conceito de narrativa”. Analisadas também nos apontamentos de Azevedo:

A construção de nosso olhar está diretamente relacionada à experiência, ao dia a dia, às interações que estabelecemos, às linguagens que utilizamos e à relação que vamos realizando com as imagens. O olhar é constituído e o modo como interagimos com outros olhares também nos constitui. Portanto, não se trata de algo individual e, sim, de processo social e cultural. (AZEVEDO, 2010, p.66).

Assim, olhamos para a cultura contemporânea buscando vislumbrar as diversas possibilidades, papéis e significados de um conjunto de ações articulados na produção da educação do olhar, na cultura midiática e na exposição espetacular da imagem da “juventude” como sintoma da nossa cultura.

3.4 DISCUTINDO OS ESTUDOS SOBRE RITUAL E IMAGENS DE CASAMENTO

As formas de representação das fotografias de casamento, ao longo do tempo, estão intimamente ligadas à história social da família, no que diz respeito à memória cultural e a pertinência identitária, moral e civil desses grupos familiares nos seus rituais de sociabilização. Como já foi visto, em capítulo anterior, a representação da figura com propósitos identitários e histórico-sociais se dá desde a antiguidade nos retratos da era Greco-romana, sendo inclusive os retratos pintados bastante corriqueiros na Roma antiga como documentos de afirmação social junto às classes mais abastadas.

Porém, não só através dos métodos de representação da figura pela imagem se sistematizavam os aspectos de afirmação de laços familiares e sociais. Estes laços foram lenta e gradativamente construídos com o passar dos séculos, sofrendo uma miríade de mutações históricas conotadas pela instituição do casamento em diferentes sociedades, que serão aqui abarcadas em seus devidos espaços/tempo. Contemplando ainda, a evolução desta instituição em diferentes costumes, ritos, rupturas, valores e intrigas, no qual apontam a concretização dessa aliança por intermédio de jogos de poder, crescimento e influência da Igreja, fatores econômicos, políticos e por fim, a valorização afetiva e a fixação do amor a partir do século XIX.

Com o objetivo de apontar todas estas características engendradas neste discurso, é que trago a obra de Jean-Claude Bologne (1995) “História do Casamento no Ocidente”, no qual, documenta inicialmente uma analogia da tradição do casamento entre dois povos específicos, os Francos e os Germânicos. Sendo que, o primeiro se realiza em dois tempos: nessa cultura especificamente a cerimônia acontece em um local onde se possa reunir toda a aldeia. Em seguida, os noivos chegam com suas testemunhas e a esposa recebe as tábuas do dote – que poderia ser em ouro, prata ou animais – o pagamento do dote será a comprovação do seu casamento, realizado por seu futuro marido, como preço da sua autoridade sobre sua esposa. Ainda na cerimônia do povo Franco, a noiva é conduzida à casa do marido, local onde à noite, o quarto e a cama do casal serão abençoados pelo padre. A cerimônia de casamento só é concluída na manhã seguinte após sua consumação, embora a Igreja aplique a imposição de três dias de castidade. A esposa dessa sociedade já recebe presentes do marido, estamos nos referindo à cultura do século VII, mas não necessariamente um anel ou aliança, a partir de então a mulher também adquire direito a seu dote. O dote torna-se um elemento capital do casamento, testemunha a legitimidade, passando a ser obrigatório, porém sua falta nunca consistiu em impedimento.

Já no casamento Germânico, acontecem dois tipos de uniões, um casamento oficial, chamado de *Munthele* - decidido pela família - acompanhado de oferendas ao pai ou ao tutor da noiva. E a segunda, uma união menos formal chamada de *Friedeleche* - casamento por afeição - um concubinato efetuado sem nenhuma cerimônia oficial nem intervenção dos pais. Podendo acontecer por rapto ou acordo, sendo que, os filhos desta união não são considerados legítimos, a não ser que, o pai não tenha outros filhos de um casamento oficial desejando legitimá-los. Segundo as afirmações de São Leão I, Papa de 440 a 461, “toda mulher unida a um homem não é esposa desse homem, assim como nem todo filho é herdeiro do seu pai”.

Na mitologia germânica o ritual mais conhecido é o *Siegfried*, que acontece em qualquer outra cerimônia que não seja a noite de núpcias, o noivo presenteia a noiva com um anel além de uma série de jóias em ouro: trata-se de um *Morgengabe* - “*presente da manhã*” - neste caso para os Germanos, este é o preço pago pela virgindade, onde, a união sexual é a base para acontecer o verdadeiro casamento. Enquanto na tradição romana, o casamento acontece por meio do consentimento e não pelo ato sexual. Apenas os cidadãos romanos estavam submetidos às leis estabelecidas e ao direito romano. O casamento por rapto primitivo, por compra recíproca ou por cerimônia solene bifurca-se perante a doutrina da igreja que é clara, referenciando que os homens são todos iguais e que não se pode distinguir dois tipos de casamento perante Deus – casamento legal ou concubinato - independente da classe econômica ou da tradição dos noivos, incluindo os escravos.

No século II, os cristãos casam conforme as leis estabelecidas pelo imperador e os casamentos de escravos, proibidos pela lei civil, exigem uma licença do bispo para se realizarem. Nas uniões mistas - filho de um homem livre e de uma escrava – o noivo torna-se escravo nos costumes germânicos. Somente no século VIII, o escravo casado, passa a ser chamado de marido e sua mulher de esposa, porém ainda assim não denota uma união estável. Esta união depende da boa vontade de seus proprietários, que podem problematizar o crescimento da família principalmente quando os noivos não pertencem aos mesmos donos, podendo obrigar o rompimento da ligação. Só a substituição da escravatura pela servidão oferece ao servo o direito de casar e herdar como um cidadão civil. Enquanto no norte do Reino Franco, o concílio de Chalon-sur-Saône, em 813, proíbe a dissolução dos casamentos dos servos, se foram realizados com o acordo dos seus respectivos senhores. No entanto, na Espanha e nas costas mediterrâneas permanece a escravatura ou tráfico de escravos e a união servil se mantém precária.

Os Romanos, os Germanos e a Igreja vinculados neste contexto por características distintas representadas por suas culturas, provocam muitas mudanças na Europa da Alta Idade Média, onde, o tipo de casamento ou cerimônia será definido e reconhecido dependendo da etnia e pelas leis do país onde se vive. Neste panorama, passa a acontecer diferentes tipos de laços conjugais, denotados inclusive por meio do surgimento de novos artefatos culturais e representativos, possuindo um objetivo singular, o da união.

Entre as principais particularidades relacionadas aos ritos o anel, o véu e a coroa são relatados por Bologne em sua obra, buscando a compreensão dessa cultura transmitida da Roma antiga às sociedades ocidentais. Para tratarmos dos seus efeitos, não poderíamos deixar de citar que em meados do final do século II, é identificado o primeiro noivado da

história do direito romano, sendo que, este compromisso não implica necessariamente a total obrigação de concretização do casamento. Ainda assim, Roma reduziu o casamento a apenas um ato, até a influência germânica reintroduzir provisoriamente o casamento em duas etapas, com um noivado aconselhado, porém não obrigatório. O exemplo mais antigo dos livros litúrgicos que contempla à união de casamento referindo-se a benção unificada ao uso de alianças – a primeira aliança nupcial - relata que, em 856 Ethelwolf, Rei do Wessex, primeiro grande rei da futura Inglaterra, consolida casamento com a filha de Carlos “o Calvo” chamada Judite, objetivando consolidação política e econômica.

Este artefato, chamado de aliança passou a ser uma forma de união e benção ao casal, tornando-se característico da cerimônia de casamento cristã. O ritual foi celebrado pelo arcebispo Hinemar de Reims dizendo: “Recebe esta aliança, símbolo de Fé e de amor, e laço da união conjugal, para que o homem não separe o que uniu o Deus que vive e reina em todos os séculos dos séculos”. No entanto na antiguidade romana, não a aliança, mas o anel de ferro com uma pedra de diamante possuía os mesmos simbolismos e surgiu pela primeira vez nos ritos de noivado dos romanos. O diamante significava que o amor será inquebrável e o metal expressava o poder do amor que tudo vence. O artista que confeccionava a joia era “Prometeu” e a mesma era entregue por seus futuros noivos antes da cerimônia de casamento às noivas, representando prova de amor juntamente com a necessidade de revelar publicamente uma ligação entre os noivos. O anel também representava uma garantia de fidelidade e documento de identidade, ou seja, povos da antiguidade já consumiam este artefato como sujeitos sociais, inclusive o tamanho da joia representava a medida do amor. Por meio destes valores, esta cultura pouco a pouco se disseminou tornando-se símbolo de excelência na cerimônia de casamento entre diferentes sociedades e a Igreja cristã.

É através da representação e por meio de sistemas de linguagem que construímos nossas identidades, que nos filiamos a determinadas posições de sujeito em detrimento a outras, e este processo ocorre em meio a relações de poder. Assim, sujeitos de uma mesma cultura conferem significados ao mundo de forma relativamente parecida, e, dessa forma, constroem seus mapas conceituais compartilhados. Nessa perspectiva, estes artefatos podem ser pensados como um sistema de linguagem, uma forma de representação produtora de sentidos, representações e identidades.

Essa maneira de compreender a representação foi denominada de “abordagem construcionista”, por Stuart Hall. Para ele, a representação:

é concebida como importante para a própria constituição das coisas; e assim a cultura é conceituada como processo primário ou “constitutivo”, tão importante quanto a “base” econômica ou material da padronização dos sujeitos sociais e dos eventos históricos – não meramente uma reflexão sobre o mundo após o evento (HALL, 1997, p. 5-6).

Além do anel como modo de representação do casamento, o véu chamado de *pallium* (pálío nupcial) e a coroa de flores também simbolizavam a consumação da união, ligados a bênção nupcial onde, era exigida a virgindade dos noivos. Para aqueles que já tivessem casado o ritual era negado. O véu surgiu pela primeira vez em Verona no sec. IV por Paulino de Nole e tornou-se redundante com a chegada do anel, embora construída sob a tradição de proteção por cinco Deuses: Júpter (guardião dos pactos), Juno (deusa do casamento), Vênus (deusa do amor), Fides (a Fé divinizada), Diana (deusa lunar, protetora das mulheres e da maternidade). A coroa de flores, por sua vez, manteve sua tradição como um dos mais velhos ritos de casamento, sendo representada pelas flores de laranjeira. Chegou a ser entregue pelo pai da noiva no início do sec. III e também nessa época é culturalizada como um rito civil. Porém, no ocidente a coroa nunca foi incluída na liturgia, ainda que provas literárias ou artísticas contemplem noivos coroados. Após a Revolução, a moda francesa, muito forte como meio de consumo da época, transforma o cenário tradicional da coroa, buscando inovar com artigos de luxo e recuperar estilos antigos como uma ruptura com a tradição, mantida contemporaneamente. Tratando da moda, Barthes (1979, p.89) sinaliza que “a roupa e o uso de acessórios sempre foram parte de um sistema de significação, uma vez que seu uso, por exemplo, denota a origem social ou o gênero de seu usuário”.

O vestido na sua tradição já era uma das principais peças de preocupação e visibilidade nas cerimônias de casamento. Na Bretanha entre as famílias ricas a noiva poderia usar três vestidos: o primeiro na cor vermelha, o segundo azul e o terceiro castanho, sendo que o vermelho sempre predominava. Na região Berry, uma carta em 1830 já descreve uma noiva de branco, mas é no final do século XIX que se generaliza o vestido como conhecemos hoje. A cor branca só era permitida para as noivas que chegassem virgens ao casamento e as joias só poderiam ser presenteadas pelos homens.

Outra forma de representação no ritual de casamento é o beijo, que na época de Constantino juntamente com o pagamento do dote era realizado pelo noivo perante suas testemunhas, a origem do beijo não é um ato de ternura, e sim uma confirmação de doação, se tornando uma garantia para a noiva. Enquanto na contemporaneidade se considera um ato solene de demonstração de carinho e afirmação e amor.

Nessa perspectiva, a representação funciona como um sistema de signos, como “pura marca material” e não mera “reflexão sobre o mundo”, produzindo conhecimento nas diferentes práticas culturais, nos diferentes modos de se viver a cultura. Em poucos termos, a linguagem não tem a função de replicar algo, de expressar os significados supostamente inerentes à coisa; ela cria o que é verdadeiro ou falso. Conforme Hall:

o significado não está no objeto nem na pessoa nem na coisa, nem mesmo na palavra. Somos nós que estabelecemos o significado de forma tão determinada que, em seguida, vem a parecer natural ou inevitável (HALL, 1997, p. 21).

Pensar em significados em constante variação é compreender a arena cultural como um campo de disputas, um campo em tensão, onde os sujeitos que partilham uma cultura utilizam mapas conceituais semelhantes para avaliar as coisas, para significá-las. Em cada momento histórico, determinados sujeitos têm mais poder de falar do que outros, e neste contexto é que descrevo a justificativa de Santo Agostinho sobre o significado do casamento, equilibrado entre três extremos: a descendência, a fidelidade e o sacramento. Embora tenha vivido no concubinato e maniqueísmo por quatorze anos, após muitas censuras familiares decidiu partir para Roma e converter-se, tornando-se Bispo e perpetuando sua vida e seus inscitos sobre o casamento que a até a atualidade influencia a visão da Igreja católica.

Ainda que tenha havido grandes mudanças referentes ao ritual do casamento, muitos de seus preceitos, tais quais foram impostos em sua origem enquanto sujeito são relevantes. Philippe Ariès (1973) contempla em sua obra “História Social da Criança e da Família” a importância da sociabilidade do indivíduo não somente a partir do ritual do casamento, mas incluindo, o momento do seu nascimento e registro identitário, que curiosamente possui algumas particularidades em relação à importância da designação de nome e sobrenome imputado a cada indivíduo para se tornar um ser civil e cidadão. Segundo o autor, o nome pertence ao mundo da fantasia e o sobrenome ao mundo da tradição. Por outro lado, a idade, a partir desse registro, é um produto de outro mundo, o da exatidão e do número. Na atualidade, nossos hábitos de identidade civil estão unidos e interligados a esses três mundos. Segundo relatos do século XVIII, as inscrições de nascimento e registro de identidade tiveram seu início por intermédio dos párocos na França de Francisco I, firmando sua importância pessoal à medida que as populações das camadas mais instruídas da sociedade passavam pelos colégios, nos quais, a idade, e seu registro, tornaram-se um sinal suplementar de individualização, exatidão e autenticidade.

A imagem, como representação e registro da relação familiar, inseriu-se nessa memória ainda muito antes do século XVIII. Ariès cita o retrato como narrativa de imagem já no século XVI, referenciando personagens ilustres, nos retratos da corte no qual, simbolizavam a família, expostos sobre molduras antigas ou telas exibindo escrituras que identificavam e autenticavam seus modelos pelos nomes, datas e epígrafes referenciadas. Esses retratos datados tornaram-se documentos de história familiar e representação de memória, dando à família maior consistência histórica, assim como, alguns séculos mais tarde os álbuns fotográficos também passaram a ter o mesmo pertencimento. Nesse mesmo espírito, os diários de família denotaram tamanha importância de registro dos acontecimentos relevantes, objetivando unir a preocupação com a precisão cronológica e o sentimento familiar. A preocupação em datar os acontecimentos se difundiu em especial na França e não permaneceu somente nos retratos, expandiu-se no século XVII também em objetos e mobília, correspondendo a um momento solene da história familiar, identificada pelo autor, como geralmente em um casamento, que naturalmente traziam a data do acontecimento e o nome dos dois proprietários/noivos. Esse costume desapareceu rapidamente no fim do século XIX, na cidade, entre as camadas médias e na corte, sendo considerado ingênuo e provinciano. No entanto, alguns pintores de província ainda assim, mesmo que discretamente, permaneciam a datar e assinar a mobília.

Justificando e corroborando com a historicidade descrita por Áries em seu estudo, tem-se o relato do humanista e pedagogo Thomas Platter (1895), que afirma que ainda no século XVI, o que menos se podia certificar era a data correta de um nascimento, pois não havia exatidão nem registro de uma data específica. É nesse mesmo contexto, que o autor debate sobre os textos da Idade Média onde segundo Isidoro e Constantino, nos tratados pseudocientíficos intitulados *Le Grand Propriétaire de toutes choses* (VI), “As idades da vida”, categorizam as etapas da vida da seguinte maneira: a infância como a primeira idade, que começa quando a criança nasce e vive até os sete anos; a puerilidade é a segunda idade, chamada também de a menina do olho, que dura até aos quatorze anos, como diz Isidoro; a adolescência – é a terceira idade, que segundo Constantino, termina no vigésimo primeiro ano, enquanto para Isidoro, dura até vinte e oito anos, podendo se estender até os trinta ou trinta e cinco anos (fase da procriação); a juventude, a quarta idade, está no meio das idades e dura até quarenta e cinco ou cinquenta anos.

Para Aristóteles essa idade é assim chamada, devido à força que está na pessoa, para ajudar a si e aos outros; a senectude, a quinta idade, segundo Isidoro, está a meio do

caminho entre a juventude e a velhice; e por fim segue a velhice, a sexta e última idade, que segundo alguns, estende-se até os setenta anos, e segundo outros, até a morte. Para Isidoro é chamada assim, porque as pessoas nessa idade não têm os sentidos tão bons como já tiveram.

Neste panorama, as crianças foram nomeadas e caracterizadas, assumindo papéis dentro e fora da família, posicionando-se socialmente conforme a idade que possuíam. Dessa forma, “as idades da vida não correspondiam apenas a etapas biológicas, mas a funções sociais” (ARIÈS, 1981, p. 39 e 40). Kohan afirma que “tão logo o pequeno pudesse abastecer-se fisicamente, habitava o mesmo mundo que os adultos, confundindo-se com eles. [...] os pequenos passavam de bebês a homens (ou mulheres) jovens” (KOHAN, 2003, p. 64).

Por meio de seu entendimento, é possível desnaturalizar o determinismo biológico que posiciona e hierarquiza homens e mulheres, compreendendo que as identidades de gênero são marcas da cultura sobre os corpos, exibindo sujeitos cobertos pelas crenças e convenções do seu tempo; o masculino e o feminino são produzidos e conformados por narrativas que os legitimam, que lhes conferem valor. É no seio de diferentes culturas que se delimita o que é “natural” ou não, o que segue a norma e o que fica à margem.

No que diz respeito à educação do século XVII, sabe-se que apenas um pequeno percentual de crianças ingressava na escola aos 7 anos de idade. Na sua maioria o ingresso em uma escola formal se dava por volta dos 10 anos. Reuniam-se meninos e homens de todas as idades em um mesmo auditório, sem faixa etária limitada incluindo adultos de 20 anos ou mais. Dessa forma, essa criança imediatamente passava a participar do mundo dos adultos. Historicamente na escola e na sociedade dessa época começa uma forte movimentação relacionada a um início de reforma dos costumes, incluindo renovação religiosa e moral.

Ressalta-se também que, a cerimônia de casamento dessa época, era comum acontecer para as meninas aos 13 anos, enquanto para os meninos, após a cerimônia de Luís XIII com a Rainha; aos 14 anos (Figura 28). A partir de então, começou a se tornar mais rara a cerimônia de casamento para essa faixa etária. As meninas eram prometidas quando muito pequenas, algumas já com 6 anos, e o noivado durava no máximo mais seis anos. Aliás, a partir dos 10 anos, as meninas já eram educadas como mulheres adultas, formando assim, uma mãe e mulher de família. Os meninos frequentavam a escola e as meninas não recebiam nenhuma educação escolástica, eram semianalfabetas, no máximo aprendiam a ler e escrever, mas possuíam problemas de pronúncia, já que o pouco de instrução que recebiam era em conventos, recebendo instruções exclusivamente religiosas.

Somente no final do século XVII, que as meninas receberam o modelo de uma instituição de caráter moderno, ingressando entre 7 e 12 anos e saindo em torno dos 20.



Figura 28 - Príncipe Willian de Orange e a Princesa Mary Stuart³¹.

Fonte: ANTHONYVANDYCK. Disponível em: <<http://www.wikipaintings.org/en/anthony-vandyck/william-ii-prince-of-orange-and-princess-henrietta-mary-stuart-daughter-of-charles-i-of-england-1641>> Acesso em: 28 out. 2013.

Regressando ao século XVI, que foi marcado pela tragédia literária de Romeu e Julieta por meio do casamento clandestino e sem o consentimento dos pais, unindo-se em casamento por amor, que a Igreja passa a afirmar alguns limites. Na religião protestante o consentimento torna-se obrigatório, os pais podem requerer a anulação do casamento, ainda que tenha sido consumado pelo pastor. Enquanto isso, os luteranos, não o anulam se a consumação foi em algum local específico. Montaigne desaprova o casamento sem o consentimento dos pais, pois considera que os casamentos fundados sobre o amor e os desejos amorosos fracassam mais rapidamente que os outros. “São necessários fundamentos mais sólidos: um bom casamento recusa a companhia e as condições do amor” e prefere as da amizade. (BAGOT, 1986. p.201).

Reafirmando os dogmas católicos e, sobretudo definindo um decreto sobre a reforma do casamento através da promulgação de doze cânones em dez capítulos que o Concílio de Trento enuncia regras de alcance disciplinar, para serem respeitadas sob penas de anulação de casamento.

Sob pena de reprovação o concílio proclama o caráter sacramental do casamento: Cânone 1: a monogamia; cânone 2: o poder de a igreja decidir os imperadores; cânone 3 e 4: a indissolubilidade; cânone 5 a 7: a possibilidade de separação dos corpos; cânone 8: a

³¹ Van Dyck retratou o casamento do Príncipe Willian de Orange com a Princesa Mary Stuart em 1641.

interdição do casamento dos padres; cânone 9: a superioridade da virgindade e do celibato sobre o casamento; cânone 10: o calendário litúrgico do casamento; cânone 11: e a competência exclusiva dos juízes eclesiásticos em matéria matrimonial; cânone 12: reconhecem-se aqui os principais temas adquiridos na Idade Média e novamente postos em pauta pelos reformadores. O decreto sobre forma de casamento chamado de *Tometsi* fixa no seu primeiro capítulo as formas do casamento solene. Respeita a concepção tradicional de casamento, segundo o qual os noivos são os próprios ministros e o padre é uma simples testemunha. Esse decreto anula os casamentos realizados sem a presença de um sacerdote e duas ou três testemunhas.

Na idade Média, o sacramento do casamento, durante muito tempo foi apenas um contrato, na realidade ele legitimava a união conjugal. O contrato de casamento “é sem dúvida a ato mais importante de todos os que se fazem entre os homens, pois serve de fundamento à vida civil, à tranquilidade das famílias e ao bem do Estado” (CADET, 1870, p. 234).

A cerimônia não acontecia no interior da igreja, e sim na entrada, diante do pórtico. E no ponto de vista teológico, as maiorias dos padres não livravam a sexualidade de sua impureza essencial, consideravam uma fraqueza da carne. No entanto, esta reprovação, não chegava à condenação da família e do casamento, a união sexual quando abençoada pelo casamento, deixava de ser pecado.

Pensando acerca da renovação religiosa da Igreja, que se faz importante salientar sua influência gradual na sociedade em todos os ritos civis. A benção nupcial se tornou obrigatória a partir do século XV no Oriente e XVI no Ocidente, sendo que, os padres são pastores da comunidade, testemunhas de confiança e convidados ilustres. Por volta de 1280, no Pontifical de Meaux, na França, encontra-se o primeiro exemplo de um ritual de casamento realizado pelo padre, com a junção das mãos e verificação de consentimentos. Foi à fórmula mais divulgada nos finais da idade média. E dessa forma era prescrito na abadia de São Victor de Paris, no sec. XIV:

Que a mulher seja entregue da forma seguinte: que o padre ao tomar a mão direita de cada um dos noivos, os uma como fazem aqueles que se obrigam por um juramento. De seguida que o padre diga: “Irmão N., quereis esta mulher N. por esposa?”, que ela responda “Sim”. “E eu-douta para que a guardes, na saúde ou na doença, como tua legitima esposa; e que lhes assegures fiel companhia, como manda Nosso Senhor, como São Paulo atesta, e a Santa Igreja sustenta. Estas de acordo?” Que ele responda “Sim”. E que o padre pergunte o mesmo a sua mulher, se o quer para seu marido, como foi dito anteriormente (CHARRON, 1618, p.116).

Concomitantemente, sob a nova influência do sentimento de família, os pintores através de sua arte, externavam uma nova maneira de representar um casamento em suas obras; reunindo imagens da cerimônia religiosa na entrada da igreja, da forma como aconteceram, esse momento era registrado apenas no caso de reis e príncipes. Ao contrário, o registro era realizado somente os aspectos familiares da festa, quando parente, amigos e vizinhos reuniam-se em torno dos noivos. Os trajes, as características e os costumes de uma determinada região tornam-se mais específicos. A fotografia nos permite acompanhar a ascensão de um sentimento novo: o sentimento da família conjugal, a família formada pelos pais e seus filhos. E a primeira família moderna representada como iconografia foi em meados do século XVII, nas gravuras de Abraham Bosse, nos retratos de Philippe de Champaigne, e nas cenas dos pintores holandeses. Uma das marcas mais características dessa família é a preocupação de igualdade entre os filhos, a criança tornou-se um elemento indispensável da vida cotidiana, e os adultos passaram a se preocupar com sua educação, carreira e futuro.

No fim do século XVIII na Inglaterra, Ashton constatou progressos da vida família “Os trabalhadores agrícolas tenderam a se instalar numa casa própria, em lugar de morar na casa de seus empregados, e o declínio da aprendizagem na indústria têxtil permitiu casamentos mais precoces e famílias mais numerosas” (ARIÈS, 1986, p.271).

O ritual do casamento destina-se a sancionar ou a solidificar uma aliança, contudo pensa-se que a igualdade econômica e social é a maior garantia do amor. Julien Lorient (1633-1715) reforça a ideia: “não é mesmo conveniente que haja uma grande desigualdade de nascimento entre as partes, porque as que são mais bem providas das vantagens da fortuna desprezam geralmente as que são menos. É por isso que não só os padres da Igreja, mas também os próprios pagões se persuadiram que, para tornar um casamento feliz, era preciso que fosse contraído entre duas pessoas quase iguais” (BONNEVILLE, 1792, p.229).

Neste contexto, a aliança familiar possui maior valor que o próprio sacramento para a sociedade, afirmando que o laço é mais estreito com a família do que com a própria pessoa com a qual está se unindo. O casamento transforma-se em produto comercial, em uma política que objetiva primeiramente aumentar o prestígio ou a riqueza da família. E o casamento civil passou a fazer concorrência com o religioso, o consulado impõe então a procedência da união na câmara municipal, sobre a sua consagração na Igreja, pela lei de 08 de abril de 1802. As famílias permanecem conservando seus bens independentes da união, resultando a acumulação de enormes fortunas.

A vontade de constituir um casamento digno e rico não está limitada aos nobres e burgueses ricos, a sociedade como coletivo, inclusive no campo o dinheiro continua sendo o fator principal das uniões. A educação infantil perpetua esse costume colaborando de forma enérgica nos ensinamentos às filhas mulheres, futuras esposas. Enquanto na aldeia, as festas e os ritos são realizados à sua moda com características específicas de cada local, despreocupados com as regras da cerimônia religiosa e civil do matrimônio.

Maior, pouco propício à realização de casamentos, também era chamado mês dos burros, preconceito nascido no séc. XVIII. No século seguinte, essa crença foi cristianizada, consagrando maio à “Virgem”. Devido a essa tradição, tornou-se o mês das noivas na contemporaneidade, sendo o mês mais “consumido” em cerimônias de casamento.

A vida familiar estendeu-se a quase toda a sociedade, os membros se uniam pelo sentimento e costumes em seus determinados espaços/tempo, assegurando a cada gênero de vida um espaço reservado, cujas características dominantes e identidades deviam ser respeitadas. Neste mesmo século, mudam-se as narrativas sobre o casamento, que passa a ser cada vez mais considerado como uma união sentimental e o ritual é efetivamente praticado em uma cerimônia puramente religiosa. Os ritos antes executados pelo pai agora são integrados na missa e reservados aos sacerdotes. Ainda assim, na Inglaterra havia um aumento considerável de casamentos clandestinos. A evolução do ritual do casamento processou-se em diferentes épocas, atravessou séculos, até conquistar o verdadeiro ato representado pelos noivos. Este sistema de doação mútua generaliza-se em 1614 com consentimento livre e recíproco, onde, o padre já não entrega a esposa, ele une o casal. Esta junção progressiva dos gestos confere um novo sentido à junção das mãos, onde, acima do padre é Deus que une os esposos, e a tomada de posse da mulher utilizada nos casamentos primitivos desapareceu.

Devido ao aumento do consumo deste ritual, o casamento torna-se um comércio, e a sua expansão passa a acontecer em locais distintos e distantes, chegando a custar três meses de salário de um operário, excluindo obviamente os mais pobres. Por esse motivo, na Inglaterra, em 1753, um artigo obriga a publicar os banhos, realizar o pedido de uma licença para casar, provar o consentimento dos pais e comparecer frente a pastor para a realização do casamento.

No código civil, do mesmo modo, apenas exige o consentimento dos pais se os noivos forem menores (art.º 148), sendo a idade legal fixada em 18 anos para os homens e 15 para as mulheres. Realizado através de um documento escrito se os noivos forem mudos, agora no registro civil como na igreja os noivos não são casados, casam-se.

Desde então, a doutrina do casamento passou por poucas variações no pensamento católico, a bênção aos noivos tornou-se um complemento adquirido para legitimar a união. E os ministros do sacramento passaram a ser os próprios noivos, porque a partir deles é que nasce o consentimento. Em 1741 o casamento misto conquistou validade para algumas religiões, autorizando mesmo àquele que não foi batizado a se casar. Pela igreja católica, o batismo e a eucaristia fazem parte do contexto para que o ritual aconteça e desde o séc. XI-XIII o matrimônio inscreve-se na lista dos sete sacramentos que constituem o próprio núcleo da Fé Católica.

A partir do século XVIII o retrato de família se liberou de sua função religiosa, adotando uma forma material, passaram a decorar interiores particulares e a revelar o progresso do individualismo e do sentimento da família. Os artistas começaram a retratar a família de forma instantânea, numa cena viva, num certo momento de sua vida cotidiana, nascendo a cena de gênero moderna. O ritual de casamento vai progressivamente se desligando de seu sentido eminentemente religioso e econômico, e aspirando progressivamente ao caráter de união espontânea movida pelo amor romântico.

Já no Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro, ao final do século XIX se aspirava à livre escolha do parceiro sexual, que era encarado como estrangeirismo pelos poucos que se designavam considerá-la. Em relação aos casamentos de frequentadores da Corte, as negociações entre as famílias exigiam intermediários e contratos estipulando condições de moradia e propriedade. Entre pequenos comerciantes, artífices e trabalhadores livres, as formas de coabitação e de formação da família obedeciam a exigências da divisão de trabalho e de preservação dos grupos mais poderosos. O casamento segundo G. Renard em 1904, “é uma instituição primordial subtraída, na sua essência, às variações legislativas, e da qual nenhuma vontade privada ou pública poderia alterar o tipo natural e imutável” (BURGUIÈRE, 1986, p.301).

Zita Possamai (2005) enfatiza a importância do retrato de casamento neste contexto, a partir de 1917, quando surgiu o flash fotográfico. Até então, as imagens eram puramente registros fotográficos que aconteciam fora das dependências ou em estúdios fotográficos. De acordo com a autora, no final da década de 1920, já era possível encontrar imagens impressas a magnésio de casamentos, figurando como mais um produto oferecido pelos estúdios fotográficos, no momento em que os fotógrafos deixaram os cenários ali arquitetados, indo tirar fotografias nos mais diferentes locais de realização de tal evento social, no qual estas imagens fotográficas só poderiam ser admiradas ou apreciadas em preto e branco. Por outro lado, as fotografias do ritual de casamento

expressam a necessidade sentida pelas pessoas de obterem tais registros como parte do próprio acontecimento, como se a memória da cerimônia dependesse exclusivamente da imagem fotográfica. Nada mais natural que nas ocasiões especiais o fotógrafo profissional fosse chamado, então, para realizar tais imagens com qualidade e apuro artístico. Os noivos que possuíam uma posição financeira melhor registravam aquela data importante dirigindo-se até o estúdio e posando para algumas fotos, sendo que, algumas poses clássicas não poderiam faltar, entre elas: a noiva de frente, com o noivo sentado ou em pé e outras variações. Não se falava em álbum de casamento, as fotos eram emolduradas ou expostas em porta-retratos. Claro que se tratava de uma foto muito “caprichada”, com muitos simbolismos e repleta de valor intrínseco, de modo a passar uma mensagem social, como o nível social do casal, ou pelo menos do que eles queriam mostrar. Estas fotografias traduzem valores, ideias e comportamentos dos diferentes grupos sociais e permitem mapear as representações mais recorrentes sobre esse tema, permanecendo até hoje como elementos de coesão social para seus descendentes.

Conforme Kossoy (2001), “a cerimônia de casamento tornou-se modernamente uma espécie de momento máximo do casal, é o dia em que a noiva e o noivo são as estrelas, as pessoas mais importantes para toda sua família, seus amigos, vizinhos e colegas de trabalho” (p. 99).

Este é um evento de autoafirmação social muito importante, onde cada participante, dos convidados aos noivos, leva o que tem de melhor, a melhor roupa, o melhor penteado, as melhores joias, os melhores gestos e atitudes; juntamente com a valorização do aspecto religioso e sentimental: como a fidelidade e o amor. Em um ritual como este se busca mostrar “o melhor de cada um” e por isso o registro fotográfico do casamento é um instrumento importante de afirmação social, de uma busca de afirmação de ideias, valores e desejos, ou seja, valores e *status* social das pessoas envolvidas no ritual.

O casamento permanece um rito de passagem em nosso inconsciente coletivo. “Mesmo quando se casa com o mínimo de formalidades e cerimônias, abandona-se a esfera privada e entra-se na esfera social” (DAUDET, 1941, p. 367).

Mas, desde o surgimento da fotografia, essa nova maneira de produzir imagens vem adquirindo cada vez mais importância, tanto como evidência histórica, quanto em suas mais variadas formas de uso e significações. Nos dias de hoje, estamos rodeados por um vendaval de imagens fotográficas que produzem uma vertigem de significados, os quais modelam nossos gostos, nossas preferências e nossos afetos, nos ensinam o que é correto ou não, o que atende à norma e o que fica à margem em nossa sociedade. Segundo Souza & Lopes:

...depois da invenção do ato de fotografar a experiência humana nunca mais foi a mesma, pois conquistamos, a partir dessa prótese da visão, um olhar sobre a materialidade do mundo físico e social que antes não era possível, criando em nós uma nova consciência cultural e subjetiva do mundo (2002, p. 62).

Mais do que um dado físico ou biológico, assim como os outros sentidos, a visão desse profissional, o fotógrafo, é uma construção que engloba vários campos da subjetividade humana: a estética, a política, a ciência, etc., variando assim suas atribuições e significações. Marilena Chauí (1993) ajuda-nos a perceber o quanto a contemporaneidade privilegia a visualidade, a ponto de nomear como “visão” experiências humanas ligadas a outros modos de percepção. Exemplifica a extensão conceitual da visão entendida unicamente como trabalho do pensamento a partir do uso corrente de expressões como perspectiva, forma de olhar. “A tradição do pensamento ocidental sempre reduziu o ver ao pensamento do ver. A vista sempre foi definida como o mais intelectual de todos os sentidos, o mais próximo do intelecto, o sentido do conhecimento e da razão” (NOVAES, 2003, p. 108).

A visão, diz Novaes (2003, p.108), “se desdobra em visão intelectual e sensível: ela é, de um lado, pensamento, inspiração do espírito”; e de outro, a visão corporal, em ato. Por isso, a visão se faz em nós por tudo aquilo que está fora de nós. O olhar consiste, pois, não apenas no ato de ver ou de ser visto (e esse é o fracasso do olhar contemporâneo, a condição trágica do homem moderno que só pensa no ver e no ser visto).

Desde o surgimento da fotografia de casamento houve um processo de adaptação frente às mudanças de costumes, comportamento e de tecnologia. Mediada pela tecnologia, a fotografia é criadora de uma narrativa figurada, que constitui hoje, as narrativas do mundo contemporâneo.

Pode-se citar como exemplo a expressão fotojornalismo, que se popularizou nas fotos de casamento recentes que está no jargão dos fotógrafos e também dos noivos. Atualmente prefere-se o “diferente”, o “exclusivo” e “personalizado”, o “espontâneo”, expressando uma preocupação com o registro das emoções. Através de fotos em preto e branco, borradas, menos nítidas, em movimento e granuladas, como recursos para a transmissão de ideias. Essas duas possibilidades de direções de fotografias para casamento podem ser combinadas de muitas maneiras e representar diferentes formas de se buscar uma afirmação social, mostrando distintas visões de mundo e novas posições em relação à sociedade e a cultura de uma época. Para Novaes (2003), é da natureza do olhar querer mais do que ver e ser visto: ele quer e pode “fazer ver”. Fazer ver implica em buscar ver a

partir de outros referenciais, sobretudo o da “invisibilidade”, entendida como condição de criação das obras de arte e do pensamento. A invisibilidade se associa à ideia do porvir.

Quanto mais se estende o mundo visível, mais se alarga, também, pela mesma lógica e na mesma proporção, o do invisível. (...) Nesse caso, talvez não se deva fiar-se apenas no olhar tecnológico da ciência, se nossa língua, nossa representação interior não são capazes de segui-lo (BAVCAR, 2003, p.123).

A fotografia de eventos sociais, em especial a de casamento, não é, portanto, um registro da realidade, mas um registro das aspirações do retratado e da visão do fotógrafo. O fotógrafo precisa captar imagens que contenham a história do casal. Afinal, é um registro dos sonhos e desejos dos noivos e da família, que reafirma sua memória social através da representação gerada pela imagem. Henri Cartier-Bresson, defendeu a tese de que não há olhar isento de valores e, por conseguinte é impossível reproduzir um casamento exatamente como ele aconteceu na “realidade”. Quem olha traz as marcas da sua cultura, profissão, personalidade e interage com o que é observado de forma a tecer uma cumplicidade. É neste sentido que, através das imagens de casamento, podemos perscrutar os valores de uma cultura.

Os detalhes das fotografias geralmente revelam muito mais do que cenas de um casamento, o exercício de ver *o diferente*, o que ninguém mais vê, de desvelar significados e critérios exige um trabalho continuado de educação do olhar. O fotógrafo é um contador de história, enquanto narra um acontecimento materializado em suas imagens fotográficas. Nesse sentido, seu se faz importante na interpretação do desejo dos noivos, retratar fundamentalmente todo o sentimento da atuação performática e o status representativo neste ritual, atualmente constituído em forma de espetáculo.

O que se pode perceber é que o casamento foi progressivamente perdendo sua força ritual e atrelando-se cada vez mais à política do espetáculo. As formas de representá-lo, por sua vez, acompanham esse deslocamento *do ritual ao espetáculo*, onde as imagens perdem a força de um registro histórico, formal e simbólico para ganhar um sentido “jornalístico”, que muito mais narra performances e busca revelar “emoções” do que registrar e testemunhar um compromisso, religioso ou econômico.

E para finalizar este capítulo, contextualizo firmando o ritual de casamento não como apenas um ato privado, mas fundamentalmente social, e atualmente “publicitário” para integrar o sujeito às redes de visibilidade. A autoridade familiar, civil ou religiosa que intervinha historicamente como garantia, como uma proteção e testemunha, parece atualmente substituída por uma autoridade “jornalística” e “publicitária” exercida por

todos e por cada um, que ao invés de assegurar estabilidade à união, atesta o “gozo” de um momento, de uma performance emocional, de uma fruição que durará até que “a morte da performance (cada vez mais fugaz) nos separe”.

O *ritual religioso* efetivamente contraiu uma dimensão superior no cotidiano da complexa sociedade moderna, mesmo após oito séculos de espera para reconhecer o amor romântico como uma razão válida para casar, “casando-vos, mostrais à vossa família, aos vossos amigos e também a Deus que o vosso amor é tão importante que haveis decidido não o guardar só para vós” (DUBY, 1988, p. 336).

Em nossos dias, paradoxalmente, quando a solidão e a finitude tomam a força de um tabu, o *espetáculo midiático* partilhado nas redes sociais contraiu essa mesma “dimensão superior” no cotidiano da complexa cultura contemporânea, onde o valor do gozo e da performance emocional requerem seu direito à publicidade, como testemunho privilegiado de que “somos jovens, lindos e já não estamos sós”.

4 ANÁLISES

4.1 CASAMENTO COMO MODO DE VIDA

Ao longo desta pesquisa examino algumas narrativas relacionadas à forma de ver, existir e conviver do sujeito contemporâneo, mediado pelos aparatos tecnológicos digitais virtuais de nosso tempo. A visibilidade é praticada através da exposição da imagem de si, sendo sua inclusão para além do ciberespaço, interações que contribuem para o consumo numa sociedade fortemente espetacularizada. Nesta perspectiva, a comunicação visual, objetiva provocar a atenção do olhar e da palavra do outro, caracterizando esta linguagem não apenas uma prática, mas um modo de vida particular.

Nesta perspectiva passo a analisar um conjunto de imagens que compuseram o “corpus” deste ensaio e estão organizadas na forma de três linhas de sentido emergentes.



Figura 29 – Planejamento e resultado.

Fonte: EVERTON ROSA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evertonrosaphotos/plc>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

Esta é uma festa de casamento pós-cerimônia religiosa, onde os convidados aguardam a chegada dos noivos para dar continuidade ao “ritual” que está sendo celebrado. O ambiente é amplo e glamoroso, composto por pelo menos três tipos de iluminação que valorizam e efetivamente contribuem para o sucesso e elegância do evento que foi rigorosamente elaborado. O salão possui no teto uma luz muito sutil no lado esquerdo superior, onde, logo abaixo encontram-se também, oito holofotes de luzes direcionadas para o ponto central de maior destaque, onde parece ser o centro do salão

composto com “uma fotografia em tamanho gigante dos noivos” (praticamente toda a altura do salão). Nas laterais dessa imagem foram suspensos quatro lustres de cristal que contribuem a engendrar maior luxo e valorização do ambiente por sua beleza e imponência. Os lustres foram colocados em pontos estratégicos e chamam a atenção pela forma que foram distribuídos, pelo tamanho e conseqüentemente pela quantidade de pedras. Como ressaltado no capítulo anterior, as pedras estão diretamente relacionadas à evolução histórica do casamento, denotam o pertencimento e compromisso, na imagem referenciada elas produzem uma imagem de *status* e luxo. A imagem dos noivos foi impressa em tamanho exageradamente grande nos tons preto e branco, muito utilizado em festas de casamento na contemporaneidade, que recebe uma luz cênica em tonalidade azul, objetivando produzir o tom de serenidade e suavidade, além de “surpreender” os convidados.

Percebe-se que todo o ambiente possui alguns pontos distribuídos de iluminação, no entanto, a salão permanece em meia luz, características da montagem de espetáculos cênicos. Além disso, na decoração, incluindo toalhas de mesa, vasos e arranjos, o tom preto e branco prevalece. Nesse sentido, o preto e o branco são cores que remetem ao “bom gosto” por denotar um alto percentual de aceitação e desta forma possuir um índice menos propício ao erro. Inclusive a cor da roupa dos convidados parece fazer parte de todo o contexto decorativo incluído neste discurso. Neste panorama a iluminação, marcada em pontos estratégicos contribui valorizando ainda mais a imagem, trabalhando em um jogo de luz e sombras e ressaltando alguns volumes. Chama a atenção a montagem “espetacular” da cena.

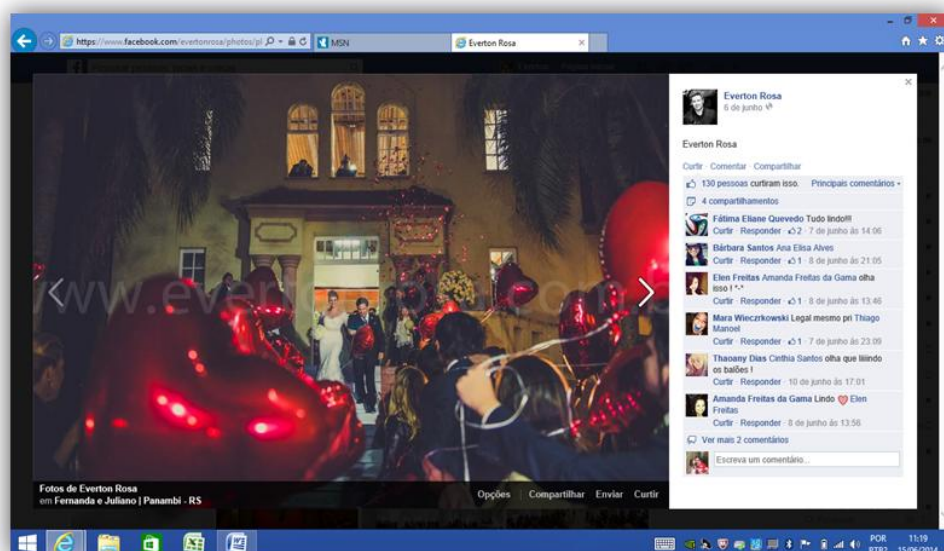


Figura 30 - O novo ritual de casamento.

Fonte: EVERTON ROSA. Disponível em: < <https://www.facebook.com/evertonrosaphotos/plc> >
Acesso em: 15 jun. 2014.

Muitas rupturas podem ser observadas nestes últimos séculos em relação à cerimônia de casamento enquanto ritual e conseqüentemente nos conceitos relacionados à formação e união da família. Os rituais se fazem presentes em todos os momentos da história da sociedade, no entanto, no contexto das mutações do capitalismo, o sujeito contemporâneo está vivenciando importantes transformações de suas experiências subjetivas e parece cada vez mais se ancorar subjetivamente na exterioridade dos corpos e das imagens, como enfatiza Paula Sibília (2008), em *O show do eu – a intimidade como espetáculo*.

Partindo das palavras de Sibília (2008), começo por analisar a imagem acima percebendo algumas representações que a mesma denota, corroborando em suas delimitações como um “espetáculo” de casamento que foge da tradição. O que a imagem nos narra é uma festa em um “novo” ritual, um ritual contemporâneo, onde engendra outras formas de olhar, de ser, de aparecer e de exteriorizar emoções. Além de construir um modelo de visibilidade, a imagem é caracterizada também por seu efeito de realidade e, assim como as demais formas de linguagem, constrói e materializa aqueles sujeitos dos quais fala. Neste panorama, os noivos estão saindo da Igreja sobre a captação dos olhares de seus convidados que impulsionados pelo instante de felicidade, os aguardam comemorando e celebrando “a felicidade ascendente” representada pelos balões de gás que carregam. Diferentemente do ritual na sua historicidade, marca da consolidação de uma escolha ou contrato, as imagens apelam para a “leveza” e a “emoção” de um momento, de um instante que pode se desprender como um balão de gás “preso por um fio”. Celebrar um casamento na Idade Média era conformar toda uma sociedade a valores religiosos, políticos e principalmente econômicos, este ritual era basicamente destinado a satisfazer e firmar convenções, diferentemente do apelo emocional contemporâneo. Os casamentos aconteciam por concubinato, rapto - com ou sem consentimento da noiva - por pagamento de dote ou arras, alianças de poder e muitas vezes sob penalidades para aqueles que não acatavam a lei em seu tempo. E todos aqueles que não legalizassem sua união perdiam o direito de legitimar seus filhos. Mesmo sob opressão das leis moral e civil de determinada comunidade, sempre que possível o sujeito procurava “marcar” sua entrada na esfera social, através de comemorações ou artefatos determinados pelo contexto social e econômico de seu espaço/tempo. Segundo Debord (1967, p. 11).

Para descrever o espetáculo, a sua formação, as suas funções e as forças que tendem para a sua dissolução, é preciso distinguir seus elementos artificialmente inseparáveis. Ao analisar o espetáculo, fala-se em certa medida a própria linguagem do espetacular, no sentido de que se pisa no

terreno metodológico dessa sociedade que se exprime no espetáculo. Mas o espetáculo não significa outra coisa senão o sentido da prática total da formação econômico-social, o seu emprego do tempo. É o momento histórico que nos contém.

Contemporaneamente vivemos espetacularizados na cultura da imagem, onde todas as nossas ações e eventos são mediados por ela e mesmo o casamento “religioso” se tornou um rito social de integração e afirmação na sociedade, com uma variedade de sentidos bastante distante da doxa cristã. A postura e gestos dos sujeitos, assim como os acessórios e objetos representados à sua volta, carregam um padrão estético que frequentemente são carregados de simbolismo. Como nos descreve Debord:

Nas sociedades modernas, tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação, de maneira que a vida foi reduzida ao espetáculo (1997:13). Este não é um conjunto de imagens, mas o tipo de relação social preponderante na etapa do capitalismo avançado, em que tais imagens são a mediação inexorável entre os indivíduos. Não se trata, portanto, de um produto de técnicas de difusão, mas do “resultado e o projeto do modo de produção”, a “afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre desta escolha. (idem, p.14).

A partir das uniões dos cristãos, dos romanos, dos germanos e por influência da própria Igreja e pela Igreja, diferentes tipos de laços conjugais eram formalizados, acompanhados de muito simbolismo e representação. O anel, o véu, a coroa e o vestido foram cultuados pelas sociedades ocidentais e também representaram formas de marcação e distinção social, buscando inclusive tendências por meio da moda francesa ou de outros países. O que se altera não é a presença de artefatos culturais marcadores de distinção, mas o sentido de tais artefatos no conjunto de uma prática social que é cada vez menos justificada pelo peso de um ritual – efeito de uma tradição – e cada vez mais atrelada ao desejo de ampla visibilidade e a uma indústria de “espetáculos” que a regula e conforma mediante os interesses do capital.

Embalado pelo sonho romântico da felicidade eterna, através do ritual do casamento, o “código da família” publicado em junho de 1939 referia-se à “civilização do amor”, onde os casamentos constroem-se menos sobre bases financeiras do que sobre redes de influências e afetos. O futuro do novo casal já não se assentaria sobre o patrimônio familiar e sobre os recursos pessoais adquiridos pelos indivíduos. A partir de então, ao longo do século XX, os sujeitos procuram, progressivamente, produzir no seu ritual uma solenidade que busca manter alguns rastros da tradição, mas procurando cada vez mais marcar o tom “singular” de uma relação de afeto “única” e “irrepetível”. Mas é nas cenas do século XXI, sob o impacto de um capitalismo flexível feito da cultura do consumo que não poupa nenhum âmbito da vida, que os rituais de união vão se tornar cada

vez mais “espetáculos” para a partilha midiática, onde o desejo de eternidade afetiva dá lugar ao instante máximo de gozo e fruição. O espetáculo é convidativo ao excesso de felicidade!



Figura 31 – O amor nas redes sociais.

Fonte: EVERTON ROSA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evertonrosa/photos/pl.>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

O sujeito contemporâneo expõe sua imagem nas redes virtuais como forma de expressão e integração social na expectativa de interação e aceitação do espectador. Este acesso se efetiva por meio de interfaces que permite ao sujeito adentrar no seu interior e navegar pela informação composta pela imagem. O sujeito ao posicionar-se em relação à representação da imagem passa a construir sistemas de significação culturais por meio de linguagens híbridas expressadas através de misturas de textos, sinais e compartilhamentos. No momento que esses sinais se efetivam simboliza que a imagem foi aceita. “A interatividade não é somente uma comodidade técnica e funcional, ela implica física, psicológica e sensivelmente o espectador em uma prática de transformação”. (PLAZA, 2001, p. 36). A imagem acima é desta forma representada pela multiplicidade de significados encontrados nas palavras de Claudia Ilha:

[Claudia Ilha: “Muito lindo, noivos, foto, amor, tudo de bom”.]

A tecnologia no mundo virtual é um espaço de inclusão, onde o sujeito realiza ações colaborativas na rede e se sente fazendo parte. “Estou conectado, logo existo” (KENNETH, 2002, p.227-241).

Valorizando a imagem a partir de um sentido estético assim como a internauta o fez, descrevo em sua raiz segundo as palavras de Barilli, apud Santaella: derivado do grego “*aisthesis*”, estética quer dizer, antes de tudo, “sentir”. “A raiz grega *aisth*, no verbo *aisthonomai*, quer dizer sentir, não com o coração ou com os sentimentos, mas com os sentidos, rede de percepções físicas” (2007, p.11). Neste sentido podemos afirmar que a imagem parece ter sido construída – combinada, pensada – entre os noivos e convidados. Os noivos estão saindo da Igreja, este é um momento crucial muito importante, no qual, geralmente é exteriorizado muito carinho, sentimento e cumplicidade entre os presentes. Os noivos são a atração nesta cena, no entanto, o que a imagem nos impele, são movimentos totalmente despreocupados com a formalidade tradicional de ambas as partes. Os convidados mostram-se atentos em aparecer na imagem, antagônico a dirigir seus olhares aos noivos na troca de sentimentos que o momento sugere tradicionalmente. Enquanto, o casal recém unido pelo ritual do matrimônio, do mesmo modo, em movimentos informais, dirige seus olhares um ao outro, ao mesmo tempo, em que simbolizam a vitória, despreocupados em posar naturalmente para o registro daquele momento, afinal quanto menos formal a cena parecer, mais espetacular se torna.

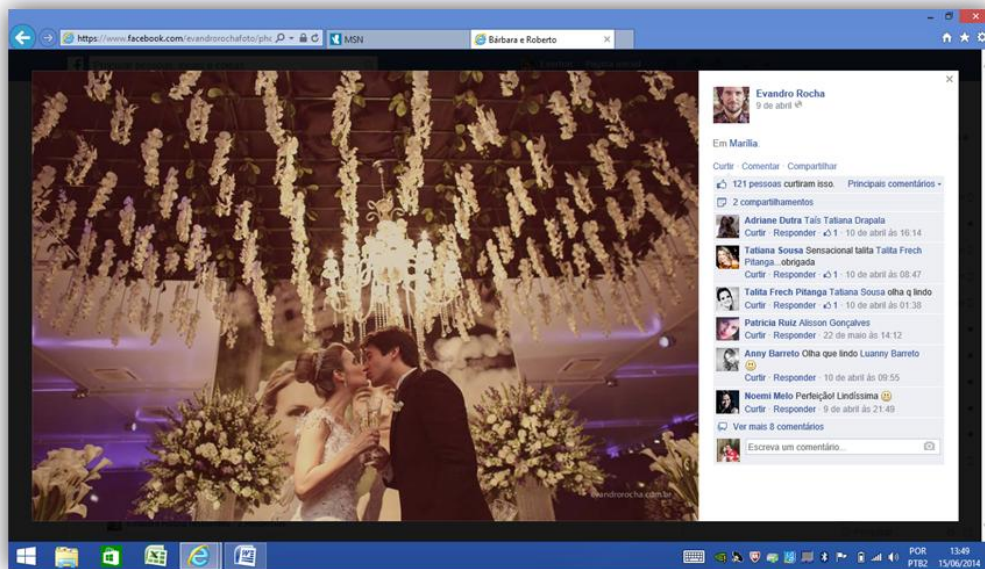


Figura 32 - A imagem como prova.

Fonte: EVANDRO ROCHA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc.>>

Acesso em: 15 jun. 2014.

De acordo com o campo de estudos que venho desenvolvendo nesta pesquisa, ressalto novamente que é através da cultura que produzimos os significados e representamos o mundo a nossa volta. E a linguagem possui um papel fundamental na

produção desses sentidos que operam sobre o sujeito contemporâneo, produzindo cotidianamente, o social e referenciais que atuam sobre a forma de compreensão da realidade e da própria individualidade. Logo, a fotografia é uma dentre as tantas formas de linguagem existentes na contemporaneidade. Assim como as demais, pode ser caracterizada como um “sistema de representação” capaz de atuar sobre a produção de nossas subjetividades e identidades.

As identidades produzidas e veiculadas pelas imagens fotográficas atuais não pretendem permanecer guardadas, mas nos interpelam para serem exibidas nas vitrines da vida, onde se “[...] prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser” (DEBORD, 1997, p. 13).

O sujeito sempre consumiu imagens, desde a descoberta da fotografia conforme a sociedade em que estava inserido e seu padrão cultural, social e econômico, como temos discutido no decorrer da pesquisa. No entanto, na sociedade contemporânea, não apenas o seu consumo é reconhecido, a imagem tornou-se um fenômeno simbólico e cultural análogo ao ritual do casamento, ao sentimento, a felicidade, a visualidade, a estética e todos os possíveis artefatos que fazem parte dessa representação. Não basta representar, atuar, demonstrar todas essas características e sensações se não concretizar o momento eternizado na captura da imagem. A imagem é dada como prova de dados que comprova através de sua exibição midiática e espetacular, efetivamente quem são estes sujeitos, qual o nível social, cultural e econômico em que se enquadram e como consomem todos estes artefatos. Também é sintetizada no espetáculo e pelo espetáculo como necessidade de consumo, geradora de “status social”. A imagem revelada é uma emanção do objeto, seu traço, fragmento, vestígio, sua marca e prova. Assim, torna-se “inegável” que a coisa fotografada esteve lá. (BARTHES, 1980, p. 109). Ainda nas palavras de Costa (2009), o consumo é o centro organizador da ordem social, política, econômica e cultural do presente, e todos nós somos “educados” para e por ele.

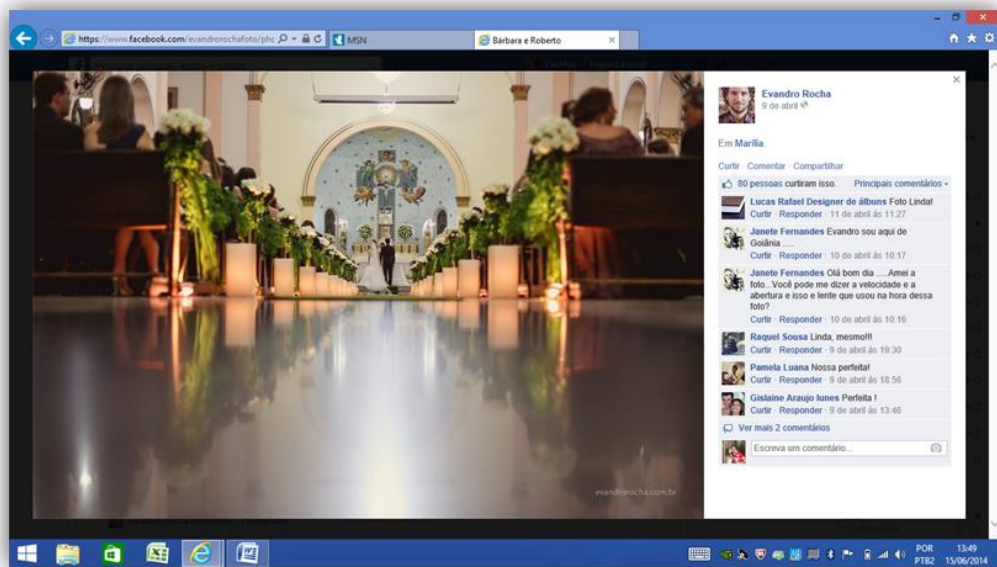


Figura 33 - A captura da imagem.

Fonte: EVANDRO ROCHA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

[**Janete Fernandes:** Olá bom dia... Amei a foto... Você pode me dizer a velocidade, a abertura, ISO e lente que usou na hora dessa foto?]

Começaremos analisando esta imagem a partir do contexto envolvido no comentário de Janete Fernandes que curiosamente se interessa pelas propriedades que a imagem capturada carrega. É importante salientar que o resultado final dessa imagem está composta por uma miríade de valores intrínsecos percebidos e exteriorizados a partir do momento do click fotográfico realizado pelo fotógrafo. Pois é a partir de suas intenções, cultura e harmonia de ideias daquilo que aprova ou não, que farão parte do seu contexto fotográfico. Para Barthes essa harmonia possui um nome e chama-se de *studium*, o nome latino que se dá para esse elemento porque o entende como "[...] a aplicação a uma coisa, o gosto por alguém, uma espécie de investimento geral, ardoroso, é verdade, mas sem acuidade particular" (BARTHES, 1984, p.45). A generalidade presente no *studium* é de ordem diferente da singularidade do outro elemento a que ele denomina *punctum*: este "[...] é também picada, pequeno buraco, pequena mancha, pequeno corte – e também lance de dados. O *punctum* de uma foto é esse acaso que, nela, me *punge* [...]" (BARTHES, 1984, p.46).

E Barthes contempla ainda o *studium* – o primeiro é culturalmente percebido e gera uma interpretação da foto a partir do conhecimento prévio do *Spectator* (1984, p.48)

sobre o mundo. Como escreve Barthes, "não sou eu que vou buscá-lo (como invisto com minha consciência soberana o campo do *studium*), é ele [punctum] que parte da cena, como uma flecha, e vem me transpassar" (BARTHES, 1984, p.46).

Nesta imagem especificamente o fotógrafo referiu-se à sua captura propositalmente preocupado em evidenciar o momento de forma ampla salientando os reflexos e a luz ambiente que são compostas pelos noivos ao fundo, mesmo que pareçam menores pela angulação, não perdem seu *glamour*. Bem pelo contrário, este ângulo, de baixo para cima tornou-se um *clichê* para os fotógrafos sociais na contemporaneidade, que juntamente com o enquadramento expandido também valoriza a decoração (ampliando todos os arranjos e velas), a parte superior da Igreja e produz a impressão que o ambiente está cheio, os bancos estão lotados, mesmo que estejam ainda com muitos espaços vazios. E mesmo que o enquadramento prevaleça em primeiro plano salientando o chão e as velas, o foco principal e a composição se contempla com os noivos ao fundo juntamente com a beleza do altar, que efetivamente simboliza a “solidez” do ritual.

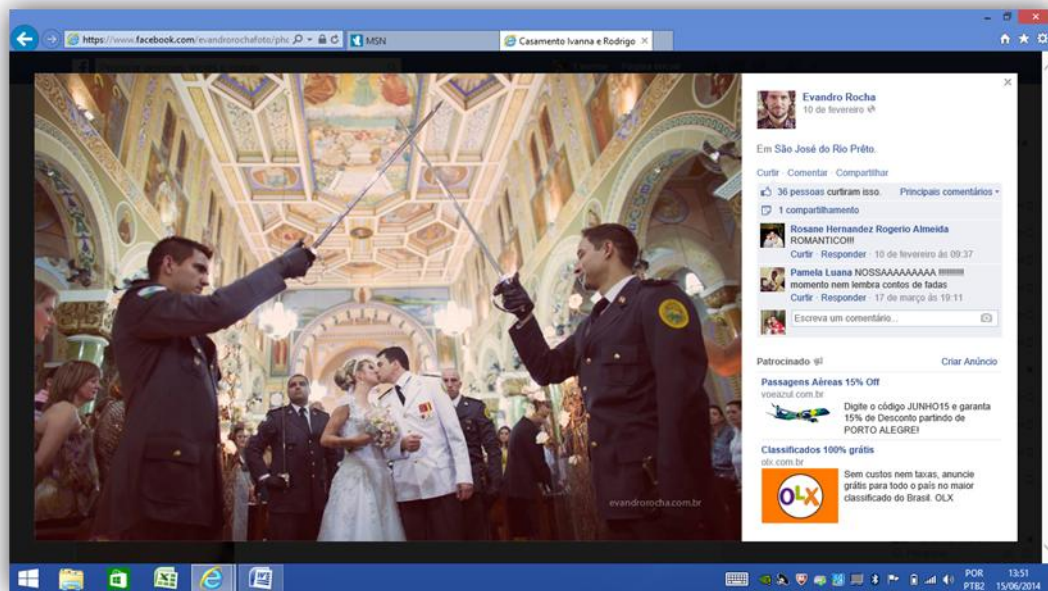


Figura 34 - A atuação.

Fonte: EVANDRO ROCHA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evandrochafoto/phc>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

Olhar uma imagem como esta sempre nos remete aquela antiga fábula infantil dos contos de fadas, onde o príncipe apaixonou-se pela princesa, que em muito breve casaram-se e foram felizes para sempre em o “Casamento dos Sonhos”; aquele que nunca se desfaz porque o amor é mútuo e eterno e, logo, não existe infelicidade.

Vivemos no século XXI longe dos contos de fada e, no entanto, os sujeitos contemporâneos têm buscado através do “ritual” de casamento provocar tamanho romantismo e promessas de amor eterno em suas representações, por meio de gestos, vestuário, atuação, decoração, participação de outros sujeitos (convidados) como se fossem atores. Estas narrativas ganham um contorno publicitário e visual cinematográfico, por nos enviar sinais daquele espetáculo social que conhecemos na infância e que de alguma forma na sociedade do consumo muitos sujeitos também almejam. E nas palavras de Neal Gabler (1999) em seu provocador estudo sobre os avanços do entretenimento e da lógica do espetáculo que afirma “em vez de reconhecer na ficção da tela - ou da folha impressa – um reflexo da nossa vida real, cada vez mais avaliamos a própria vida segundo o grau em que ela satisfaz as expectativas narrativas criadas pelo cinema”. (p.46)

Nesta imagem especificamente os noivos e os convidados – atores que na imagem levantam a espada para a triunfal passagem dos noivos – estão significativamente consumindo este tipo de espetáculo de conto de fadas a partir do momento que passam a deslocar-se na produção de si mesmos. Neste sentido Bauman (2008b) salienta deslocamentos importantes nesta produção de nós mesmos: de uma ênfase no “ser” para o “tornar-se” e, contemporaneamente, uma ênfase no “fazer-se”.

O que isso significa? A primeira ênfase nos leva a crer num mundo desde sempre “dado” e, por conseguinte, num tipo de sujeito que estaria fadado a ser do mesmo jeito de uma vez para sempre. A utilização do verbo “ser”, portanto, alude à idéia de que o “si mesmo” é algo fixo, acabado, e não um processo, o que reforça, inclusive, binarismos entre consumidor e objeto a ser consumido. Na temporalidade do “tornar-se”, por sua vez, há a possibilidade de modificar a si mesmo pensando num “futuro”, num “depois”. Na terceira ênfase a do “fazer-se”, fazer de si mesmo, não apenas tornar-se, é o desafio e a tarefa a ser cumprida” (p. 76).

Fazer de si mesmo, então, é algo que depende de cada um individualmente, num processo em que se adequar às lógicas vigentes se impõe como uma necessidade. O “fazer de si mesmo” contemporâneo expressa um “trabalho individual de autofabricação” (p. 79). Ocorre que o “fazer-se” na cultura do espetáculo cobra um preço, que é o esvaziamento do sentido, quando a vida não se comporta tal qual o “ideal” que dela fizemos.

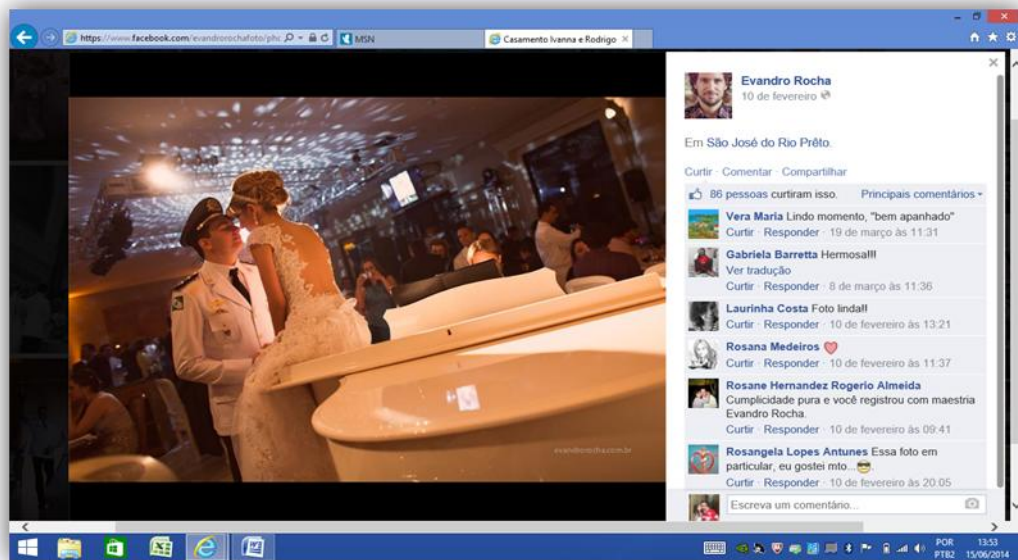


Figura 35 - A expressão do sentimento.

Fonte: EVANDRO ROCHA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

Nesta imagem não visualizamos um cenário tradicional de um ritual de casamento (dentro de uma Igreja ou frente ao pároco), porém percebemos nitidamente o esforço por encenar as emoções supostamente típicas do encontro romântico entre um homem e uma mulher. Um romântico casal que demonstra inspiração e cumplicidade da expressão do amor confraternizado em sua festa. No entanto, historicamente o convite ao amor nasceu depois de muitas ações realizadas, por parte de Louis Legrand, deputado republicano de Valenciennes, em 1879, o fiel depositário e defensor desse sentimento no casamento. Para ele, o casamento dos corações é um compromisso sagrado, mais forte do que aquele que se conclui por razões materiais. Como nos deixou claro em suas palavras *Cadet* (1870, p.326), não repugnar, ou ser simplesmente amigo não basta, para a união de um casal assim como para fundir-se um metal é necessário o uso do fogo. Os ideais do amor romântico, gestados desde o século XVIII e coerentes com o desenvolvimento da modernidade, parecem continuar impregnando as imagens de união amorosa na contemporaneidade, apesar de o “cenário” ser outro. A mudança está na tônica colocada sobre a “performance romântica” e não mais sobre os valores de complementaridade e eternidade que tal ideário comportava.

Nos ensinamentos de Legrand, entre a *Mésalliance* dos sentidos (aqueles que casam contra a opinião do pai com uma mulher de má vida) e a do coração (os que casam por amor contra a vontade dos pais) só a segunda é virtuosa. O casamento por amor se transformou em arma contra a ditadura e a religião, embora a sociedade ainda buscasse

com grande ímpeto a ascensão social por meio do casamento. Parece que nos restaram nas cenas contemporâneas uma espécie de apelo anacrônico ao amor romântico, agora celebrado apenas por seu vigor emocional instantâneo. Seus preços, aparentemente, estão longe de serem colocados em questão.

No entanto, todos os sentimentos amorosos e a generalização da família nuclear, decorrente da união conjugal, mesmo que perpassando por gigantescas mutações sociais, só sentiram mudanças profundas a partir do séc. XX. Na atualidade, ocidentalmente, quem escolhe seu parceiro é o próprio sujeito independente de raça, religião, classe social, econômica ou intelectual e o sentimento a princípio é colocado em primeiro plano. O que marca a cena contemporânea, ainda mais, é o fato de que tal “escolha emocional” precisa ser amplamente propagada pelas redes e testemunhada por todos. O sentido de ritual, mais uma vez, ganha as cores de espetáculo.



Figura 36 - O despojoamento.

Fonte: EVANDRO ROCHA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evandrochafoto/phc>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

Como vimos ao longo desta trajetória, a Igreja participou e colaborou efetivamente no contraste e nas mutações referentes ao ritual de casamento no decorrer de toda a sua significativa história, no entanto, a partir do século XIX, a doutrina pouco variou no pensamento católico e os ministros do sacramento passaram a ser os próprios noivos. Porém, em relação de leis desta doutrina, a que jamais foi violada é, para aquele cidadão que uma vez casado na Igreja, jamais este ritual acontecerá novamente. É notório, que os rituais de casamento sofreram uma quebra de paradigma, a partir do momento que a Igreja sempre influenciou gradualmente em todos os ritos civis e a bênção nupcial se tornou

obrigatória a partir do século XVI, onde até mesmo o véu (manta sagrada) tinha uma forma específica de envolver os noivos na hora da cerimônia. “O casamento segundo G. Renard em 1904 é uma instituição primordial subtraída, na sua essência, às variações legislativas, e da qual nenhuma vontade privada ou pública poderia alterar o tipo natural e imutável” (BURGUIÈRE, 1986. p.301).

Contemporaneamente o véu não é mais utilizado para ambos os noivos, os rituais não possuem protocolo específico e a benção não é a forma do casamento, mas um complemento adquirido para que permaneça legítimo, podendo ser realizada conforme a pastoral. Por sua vez, os rituais permanecem solenes, mesmo que mais despojados ou com menos disciplina, como nos mostra a imagem acima, onde a criança sai andando na frente dos noivos. Ou ainda, que o celebrante (pastor ou padre) precise alternar seu discurso de modo que o torne interessante e espetacular a cada nova celebração. É curioso como vivemos em uma atmosfera que estimula o desejo de “ser diferente” e as cerimônias de casamento nos apontam no seu entorno e através da utilização de artefatos que não podem ser repetidos a todos que já foram vistos.



Figura 37 - *Status.*

Fonte: ROBSON NUNES. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=59045>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

Enquanto no passado a religião funcionou como um dispositivo primeiro que procurava estruturar a ordem social das sociedades tradicionais, atualmente são criados códigos, produtos, referenciais e padrões essencialmente transitórios, discurso este relacionado ao ritual de casamento, sobretudo entre os jovens. E a imagem do sujeito

fabricada esteticamente, a partir do *making of* da noiva, enquanto consumidora deste ritual, é documentada com exatidão no contexto de transição na fotografia acima. Como na atualidade o sujeito contemporâneo vive o personagem que se chama *eu*, através de seus relatos publicados na internet, que acabam definindo alguém que *é*, este personagem procura através da construção e exposição da imagem provocar efetivamente um impacto visual contundente que dê ancoragem para suas escolhas e ações.

Engabelados pelo mito do progresso, da acumulação pela acumulação, do futuro com final-feliz hollywoodiano, do status competitivo, da eterna juventude, do individualismo, da distorção do sentido verdadeiro de amor, amizade, confiança, auto-estima, alegria e outras emoções antes gratuitas, e, ainda, do usufruto mundano permitido pela nova moral não sacrificial, multidões de órfãos de grandes utopias pelas quais sonhar aderiram à doce-amarga ideologia pseudodemocratizante do consumo (LIPOVEVETSKY, 2004, p.27)

A moda e o consumo acionam comportamentos miméticos de massa, contribuem para remodelar gostos, sensibilidades e tendências culturais, neste contexto da imagem o que predomina é a representação do poder combinado ao luxo. Os valores reportados por Lipovetsky (2004) são predominantes na sociedade ocidental (pós-modernidade ou quem sabe, da hiper-modernidade), também chamada de “pluralismo”, ou seja, uma abertura generalizada para os signos da “novidade” e da constante transformação, valores claramente associados a uma imagem socialmente produzida de juventude.

Esta nova era virtual e imagética é também definida por internautas que objetivam exposição de suas representações e significados por meio também de complemento textual. A dupla composição traça um determinado *status* para chocar quem vê e para fazer o espectador sentir e ser surpreendido, elevando a imagem a uma estética do excesso, uma busca do sem limite, uma espécie de exponencial superioridade.



Figura 38 - O show.

Fonte: LILIANE GIMENEZ. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=77>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

A tradição dos rituais de casamento sofreu modificações não somente na cerimônia como um todo, falando-se do regime religioso e sua contextualização, mas também o local onde a cerimônia pode ser realizada na atualidade foge dos padrões de protocolo tradicionais, deixando de ser obrigatória sua realização somente em espaço religioso ou permitido pela Igreja. Cada vez mais as cerimônias de casamento do século XXI estão sendo representadas pelo sentimento mútuo e pelo apelo ao show. Casar-se na contemporaneidade é sinônimo de espetáculo acompanhado de uma pitada de irreverência e movimento, evadindo-se o sentido da ritualização que a tradição tratava de sustentar.

Esta sociedade é movida por meio da cultura midiática, da informação de massa, da publicidade em geral e das redes sociais (ciberespaço), que independente do fator de influência que nos move, a cultura continuará a nos diferenciar e conseqüentemente a aspirar a um novo espetáculo. A imagem acima nos concede exatamente estes valores e informações que segundo Guy Debord, esse “tempo congelado” na atualidade seria uma das características basilares da sociedade do espetáculo. A tentativa muito presente em várias das fotografias, consiste em “congelar” o instante de êxtase, eternizar o gozo, fazer durar o movimento. Diferentemente das imagens tradicionais de representação do ritual de casamento, onde a pose e a postura eram celebradas como signo da “solidez” do que o ritual estava firmando, as fotografias que examinamos buscam apreender o movimento, a leveza, numa tentativa muito sintomática de eternizar a instantaneidade. Além disso,

realizar um “ritual” de casamento em local “natural” como o da imagem acima apela para o sentido da irreverência e da descontração, marcas muito prestigiadas em nosso tempo.



Figura 39 - Longe da tradição.

Fonte: DENISE OLIVEIRA. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=16312>>
Acesso em: 15 jun. 2014.

A história do casamento no ocidente possui marcas comerciais desde o século XVIII, ou seja, este ritual tornou-se produto de consumo e desejo em muitas sociedades. Em algumas, inclusive, descobriu-se que por algum tempo alguns padres celebravam o ritual em lugares descampados ao ar livre, cobrando até três vezes o valor que poderia ser recebido. Estes casamentos eram clandestinos, geralmente não autorizados pelos pais. Esta forma de celebração foi banida e exterminada. Ainda assim, ao longo de pelo menos três séculos, o ritual uniu muitas famílias ricas que aglomeravam fortunas em cerimônias solenes, sempre acompanhados de um padre ou pároco, na presença de testemunhas e em solo sagrado, ou seja, sempre mediados na Igreja.

A passagem do ritual ao espetáculo, na atualidade, envolve um exponencial crescimento de seu caráter comercial. Cada vez mais surgem empresas especializadas na “produção” de tais espetáculos, com vistas a “conhecer” e “oferecer” tudo que um casal possa desejar, em termos de seus sonhos românticos. Cada vez mais estamos mergulhados numa espécie de economia mercantil do desejo e da atenção onde, sobretudo no ciberespaço:

o principal problema é atrair cada vez mais, canalizar, estabilizar a atenção. E ocorre que a melhor forma de polarizar a atenção, em um mercado tão livre e aberto quanto o ciberespaço é prestar serviço, escutar exatamente o que querem as pessoas – sonho, amor, jogos, saber,

mercadorias de todos os tipos – e dar isso a elas. Senão, elas irão para outro lugar, muito rápido, num só clique” (LEVY, 2004, p.179).

A ritualização da união decorrente do amor romântico vai sendo cada vez mais mercantilizada, indo além do mero consumo de produtos e signos. Trata-se da própria instalação de um modo de ser, o “consumismo”.

Conforme Costa (2008b, p.41) “o ponto de virada será a ‘revolução consumista’, em que se passou o consumo para o consumismo.” Enquanto o consumo é uma ocupação, o “consumismo é um atributo da sociedade”.

Bauman nos convoca a novas visões de mundo e padrões de conduta inspirados e moldados pelo mercado, no qual, para ele o consumismo é o eixo da economia e de todo o convívio da sociedade.

A mesma sociedade que consume é aquela que descarta com facilidade, e premia com reposição constante, este eixo de consumo incita os sujeitos a buscar referência na diversidade, no luxo, no *glamour*, na imponência e na execução imediata pela diferença. Logo, os rituais de casamento celebrados ao ar livre obtiveram um crescimento de procura grandioso nos últimos tempos. Realizar uma cerimônia rica em artefatos culturais inovadores significa prestígio, poder e sucesso para o casal. Curiosa e paradoxalmente, o que se busca “eternizar”, e nisso contribui a facilidade para a produção (e descarte) de imagens, é o instante de deleite e não a relação conjugal que ali se firma publicamente.



Figura 40 - Interatividade.

Fonte: GABRIELA VERÍSSIMO. Disponível

em: <<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

[**Gabriela Veríssimo:** Seis meses de casados! E parece que já faz uma eternidade, tamanha é a nossa sintonia! Cada dia ao seu lado é maravilhoso, meu amor! Sabemos fazer um ao outro feliz, mesmo com as coisas mais simples da vida, pelo simples fato de estarmos juntos, em todos os momentos! Sou abençoada com um marido amoroso, carinhoso, companheiro, que me cuida e me faz rir todos os dias. Tenho certeza que nosso amor será eterno e só crescerá a cada dia! Te amo!]

Agora analisaremos a imagem a partir do enunciado acima referido pela noiva que agradece a seu esposo por toda a cumplicidade compartilhada, momentos de intensa felicidade com juras de amor eterno sob a reverência de um casamento perfeito. Na sociedade do espetáculo o sujeito contemporâneo sofre por uma instigante necessidade de explorar o ciberespaço, exteriorizar objetos – artefatos culturais - e a si mesmo, nesta imagem especificamente a espetacularização se dá através da exposição virtual do casal na saída da cerimônia religiosa, complementada pelas palavras da noiva que relata a respeito do aniversário de casamento e a vida matrimonial dos mesmos. Não basta ser feliz no casamento e ter um marido que supere suas expectativas, se faz necessário demonstrar na vida social e também na virtual – em rede – o quanto se é feliz. A noiva utiliza da tecnologia no mundo virtual, que é um espaço de inclusão, onde o sujeito realiza ações colaborativas e interage com outras pessoas que pertencem à mesma comunidade, para partilhar a felicidades dos “seis meses” que já parecem uma eternidade!

Como nos coloca Kenneth (2002. p. 227), “Estou conectado, logo existo”. A interatividade, palavra-chave que caracteriza o comando de postagem, só é possível porque o ciberespaço é, sobretudo, um espaço livre e informal. “A interatividade não é somente uma comodidade técnica e funcional, ela implica física, psicológica e sensivelmente o espectador em uma prática de transformação” (PLAZA, 2001, p. 36).

Destacam-se, então, dois elementos bastante recorrentes na análise de todo o material, a aceleração do tempo e a mediação da vida cotidiana.



Figura 41 - O corpo e o espetáculo.

Fonte: GABRIELA VERÍSSIMO. Disponível em:<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=60188>> Acesso em: 15 jun. 2014.

Lipovetsky (2004, p.21) aponta para uma ética atual bastante flexível – “à la carte” – onde quase mais nada é pecado nem proibido, os hiperindividualistas decidindo em foros íntimos o que é certo e errado, fazendo jus à uma muito anterior observação de Debord de que “os homens estão mais parecidos com seus tempos do que com seus pais” (DEBORD, 1997, p.182).

Como o espetáculo perpassa a vida cotidiana, o sujeito não percebe que cada vez mais sua crescente desconexão com a tradição. A tradição perdura apenas como um traço remanescente, na forma de um rastro, um artefato ou símbolo qualquer que se conecta a uma paisagem cada vez mais contemporânea ao presente, marcando esse fenômeno central em questão que nomeei como a passagem do “ritual” ao “espetáculo”. Buscando por meio da espetacularização do cotidiano o constante testemunho do olhar do outro, preocupados com a forma como os outros nos vêem e nos percebem, todos precisam fiormar sua “especialidade”. Como afirma o comentário da foto “Todos especiais”. Debord (2003, p. 13) dizia que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia uma imensa acumulação de espetáculos”.

O corpo é a personagem principal do espetáculo, o suporte maior para a performance, o seu protagonista e deve ser privilegiado em detrimento dos demais símbolos. “O espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana - isto é, social - como simples aparência” (DEBORD, 1997, p.16). É justamente o que a imagem analisada nos aponta.

A imagem espetacularizada possui relação com as expressões refletidas pela felicidade, os jogos de aparências e poder, os corpos tornam-se fachadas no exercício da possível visibilidade. “Tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação.” (DEBORD, 1997, p.13). A preocupação do sujeito contemporâneo está fixada em “ser” e “aparecer”, sempre em sua melhor performance,

[...] o palco apresenta coisas que são simulações. Presume-se que a vida apresenta coisas reais e, às vezes, bem ensaiadas [...]. Na vida real, o papel que um indivíduo desempenha é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes e, ainda, esses outros também constituem a plateia (GOFFMAN, 1995, p. 9).

Seguindo aos estudos de Goffman, trago as palavras de Schevner,

[...] na vida cotidiana, performar é exhibir-se ao extremo, sublinhando uma ação para aqueles que a assistem. No século XXI, as pessoas têm vivido, como nunca antes, através da performance. Fazer performance é um ato que pode também ser entendido em relação a: ser, fazer, mostrar-se fazendo e explicar ações demonstradas (SCHECHNER, 2003, p. 25).



Figura 42 - Eternizar o momento.

Fonte: FERNANDA ZARRUK. Disponível

em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=101522881801489648 set=t.713968938-type=38theater> Acesso> em 15.jun. 2014.

Recorre em muitas das imagens o sentido da “apresentação”, da performance, fazer e fazer-se para o olhar do outro. Não se trata meramente de viver, mas de tornar visível e sensível aos outros a intensidade das emoções que se está experimentando, numa fantasia de transparência, onde “a imagem diz tudo”, poupando-nos ao trabalho da imaginação. “O importante é obter o olhar, pois “[...] na vida cotidiana, por certo, há uma clara compreensão de que as primeiras impressões são importantes” (GOFFMAN, 1995, p. 19).

A busca do olhar na sociedade do espetáculo, como um dos fatores primordiais na construção deste cenário destaca-se como um dos fatores principais. Examinaremos uma imagem totalmente construída, performática e constituída pelo discurso de felicidade e “eternização dos melhores momentos”. Felicidade na sociedade espetacular está diretamente relacionada ao consumo e a eternização dos melhores momentos à representação de memória. Nesse caso, o grande grupo encontra-se no interior de uma aeronave a caminho da realização do grande dia, “a celebração do ritual do casamento”. Esta é uma imagem impactante visualmente no sentido espetacular, na qual os noivos, devido ao evento, reuniram uma quantidade efetivamente grande de pessoas como testemunhas. Neste cenário, avalia-se inclusive a posição social-econômica dos integrantes da imagem, pois esta possui fundamental importância, ditando moda, construindo modelos e formas de ser e agir. Influenciando diretamente no comportamento de quem vê, laborando como plateia e também, como forma de prescrição para alcançar a aceitação social, o olhar do espectador. A aparência serve para revelar o *status* social do ator do cotidiano, e a *maneira*, outro conceito de Goffman (1995, p. 31).

Ainda que imagem apele para o sentido da “viagem”, da aventura de deslocar-se em direção a uma nova paisagem, aliás sentido esse muito valorizado na cultura contemporânea, a sociedade da espetacularização nada parece ter a ver com a efetiva viagem da produção de sentidos inéditos. Poeta, Debord conclama a sociedade a acordar do tédio de suas vidas espetacularizadas para alçar vôo em redentoras experiências originais: “... trazer de volta a [...] vida entendida como uma viagem que contém em si mesma todo o seu sentido”. (DEBORD, 1997, p. 117) A viagem a que se refere Debord é uma “viagem sem preço”, onde o que está em jogo é o deslocamento do olhar e não apenas o compulsivo deslocamento do corpo em direção a “qualquer lugar”. Trata-se de uma outra viagem e de uma outra forma de praer, a itinerância na e pela valorização dos momentos autênticos de viver por viver.

E o viver contemporâneo é permeado pelo instantâneo da produção da imagem, que também com a mesma fluidez que é gerada, passa a ser descartada. O novo torna-se velho em fração de segundos, e o surgimento de uma nova imagem se faz necessário, afinal, na sociedade do consumo é necessário consumir-se o tempo todo.

[...] o consumo do outro, da cultura, das questões sociais e da própria imagem passaram a consistir em recursos, numa mesma escala de valores dos bens materiais ou simbólicos, a serem utilizados conforme a conveniência, para a (re)construção de identidades. Os “ensinamentos” sobre o que está na moda ou não, o que é valorizado ou desvalorizado, o que é aceito ou discriminado, determinam os recursos que devem ser utilizados e em que intensidade. A mídia tem ocupado um papel fundamental neste processo (MARQUES, 2007, p.99).

Sofremos uma excessiva influência pela produção de novidades, pela espetacularização e pela visualidade. Como diz o ditado popular “Quem não é visto, não é lembrado”. Neste panorama, assim como a imagem, a nova economia baseia-se no excesso, no desperdício e no ritmo incessante de produção de novidades, associando-se sempre aos signos de “juventude”:

...o que é próprio ao desejo moderno é que, atrás de cada objeto desejado, sempre há um desejo de algo mais, de uma qualidade diferente: uma vontade de reconhecimento social – a qual nunca se esgota no objeto. Em outras palavras, o que é desejado é sempre instrumental para afirmar e constituir nosso lugar social. Por mais que eu possa obter o objeto que eu quero, nem por isso ele me satisfará. A riqueza do nosso mundo depende disto: de uma procura que deve se manter inesgotável – nenhum objeto satisfazendo a sede de reconhecimento social que permanece atrás de nossa vontade de possuir ou de consumir (CALLIGARIS, 2000, p. 47).

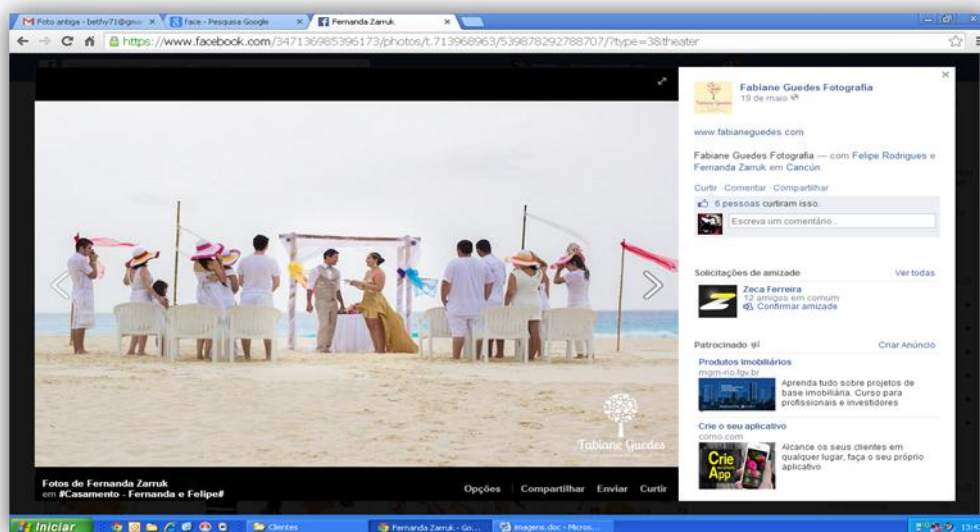


Figura 43 - Local paradisíaco.

Fonte: FABIANE GUEDES FOTOGRAFIA. Disponível em: <https://www.facebook.com/347136985396173/photos/t.713968963/539878292788707/?type=3&theater>> Acesso em: 15 jun. 2014.

Ao longo desta pesquisa temos discutido como nossas atividades e atitudes são cotidianamente movidas pela cultura ou sociedade em que vivemos. Assim, as representações são frutos de determinados contextos que as produzem e legitimam, enquanto, os artefatos culturais fomentam uma relação com os processos identitários. Essa relação passa a construir valores, crenças e visões sobre a realidade. Freedman (2003) considera, a cultura é a forma de viver e a cultura visual dá forma ao nosso mundo, ao mesmo tempo em que é nossa forma de olhar o mundo.

A imagem acima será o nosso passaporte de análise para estas representações. Inicialmente, observamos uma determinada distinção social relacionada ao ritual que é diversificado e nada tradicional. Acontecendo em um local “paradisíaco” que não é o país de origem dos noivos, ou seja, casar no exterior denota relações de poder e políticas de diferenciação. Neste contexto, Freedman (2002) está nos apontando que o sujeito é subjetivado a consumir por meio de representações, logo, a imagem também deve auferir poder na sua visualidade. E nesta especificamente, o que vimos se efetiva, pois o fotógrafo preocupou-se em no momento da captura enquadrar e angular ao longe, com o objetivo de apontar todos os valores intrínsecos a ela associados.

A cerimônia não possui celebrante ou padre, a própria noiva está realizando o ritual com o auxílio de um papel que encontra-se em suas mãos. Este é composto por onze testemunhas, sendo que, uma delas é uma criança e todos vestem a cor branca, que segundo a tradição da Igreja para as noivas, pode simbolizar além da virgindade, a paz. Os convidados foram divididos e cada noivo recebe os votos sob o olhar de quatro testemunhas. A noiva veste dourado, cor que simbolizava a riqueza no casamento da Idade Média e o noivo um tom parecido com o dela.

Todas as madrinhas estão usando um chapéu colorido que auxilia na quebra da simplicidade e oferece maior irreverência ao evento. A imagem foi capturada com o objetivo de salientar os noivos como foco central, o mar como cenário ao fundo e as testemunhas de costas. Simplicidade ambígua composta pela “diferenciação” do evento construído.



Figura 44 - Atitude.

Fonte: LUISA XIPI PENÃ. Disponível em: <https://www.facebook.com/phot.php?bid=102019329588334848set=t.713968963&type=38theater>. Acesso em: 15 jun. 2014.

A constante excitação que a imagem acima construída eterniza, identifica a fugacidade que a imagem midiática de juventude produz. Cabe ao sujeito, escolher opções em relação às posturas individuais a serem seguidas ou alternativas que culturalmente lhe são dadas. Ou seja, paralelamente aos processos que fazem do indivíduo sujeito pelo modo do “ser” (o que, de certa forma, o alia a outros por sentimentos de pertença), ele agora passa a ser objetivado também por características, muitas vezes inigualáveis, derivadas do “ter”, ou seja, tenho iniciativa, tenho força de vontade, tenho ousadia, tenho um diferencial, tenho, finalmente, atitude. Canevacci (2005, p. 28) afirma que vivemos um tempo de “dilatações juvenis” quando: “nesse contexto – caracterizado por culturas fragmentadas, híbridas e transculturais, consumo panoramático, comunicações mass-midiáticas – afirma-se uma dilatação do conceito de jovem, virando do avesso as categorias que fixavam faixas etárias definidas e claras passagens geracionais”.

De certa forma, pode-se dizer que se inverte a lógica moderna, na qual a “vontade autônoma” é plenamente deslegitimada: a mesma vontade que antes era desconsiderada em função, especialmente, da “superioridade da razão sobre as paixões, da conduta racional sobre os impulsos irracionais” (Bauman, 1999, p.111), recebe outro status. “Ter atitude”, Como se pode observar, nesse caso, envolve o esforço individual: “o esforço é pessoal. E igualmente o fracasso do esforço. E a culpa pelo fracasso. E a conseqüente sensação de culpa” (Bauman, 1999, p. 207).

Nesta imagem o esforço permanece individual, no esforço individual por “sair do chão” e o sucesso é absoluto, concretizado pela união coletiva que simultaneamente foi provocada pelos movimentos expressivos e dinâmicos de cada sujeito. Movimentos simultâneos muito utilizados em fotografias de casamento com este cenário, trazendo a sensação de liberdade, excitação, felicidade e ao mesmo tempo muita leveza e “jovialidade”. Ao passo que, se cada sujeito não tivesse a seu modo sua participação e atitude efetiva a imagem não possuiria o mesmo equilíbrio e sensações complementares.

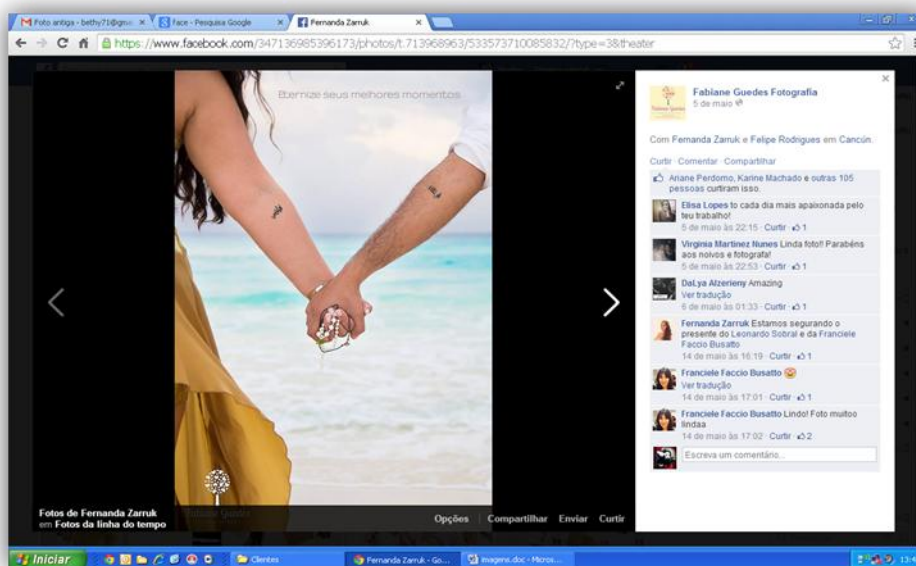


Figura 45 - O simbolismo.

Fonte: FABIANE GUEDES FOTOGRAFIA. Disponível

em: <https://www.facebook.com/347135985396173/photost.713968963/533573710085832/?type=38#theater>> Acesso em: 15 jun. 2014.

Mãos dadas! O esforço do viver junto parece tão problemático e desafiador quanto sempre. Não é à toa que cada época tratou de criar seus códigos e suas formas de regular a vida em comum marcada pela união conjugal.

Meu desejo de amar e ser amado só pode se realizar se for confirmado por uma genuína disposição a entrar no jogo para o que der e vier, a comprometer a minha própria liberdade, caso necessário, para que a liberdade da pessoa amada não seja violada (BAUMAN, 2005, p.69).

O pensamento de Bauman, como de vários outros teóricos contemplados no discurso sobre o sujeito contemporâneo, examina o amor pelo viés atual, enquanto, as reformas do Código Napoleônico o descreviam a partir de uma veia tradicional. Objetivando simplificar as formalidades matrimoniais em um espaço/tempo, no qual, o comitê de Reforma do casamento pretendia fazer do amor recíproco uma condição de união: “Os esposos devem um ao outro amor, fidelidade, auxílio e assistência” (CHARRON, 1618, p. 329).

Assim como todas estas representações que a união matrimonial adquiriu, a imagem acima é composta por muitos simbolismos e desta forma, é merecedora de algumas análises. Este não é apenas um ritual social de casamento, mas também, um ritual “individual”, no qual, a partir de então, o casamento não só permite o reconhecimento do casal e do amor que os une, como permite, sobretudo, a integração na

sociedade a partir de um determinado modo de viver junto. Aqui esta integração nos é externada por meio de uma imagem detalhada a partir de um *zoom* fotográfico. Esta aproximação apresenta como foco central as mãos dos noivos, que unidas traçam uma simetria que reafirma muitos valores intrínsecos referentes a esta união. A mesma união que nos remete à predisposição de simetria existencial, estabilidade, tranquilidade, equilíbrio e repouso sentimental.

Nas palavras de Bologne (1995), esta estabilidade consta na tradição do casamento e por ela há muitos séculos atrás já se almejava: a estabilidade financeira, familiar, afetiva, política e social. O casamento adquiriu um caráter estabilizador e conservador pela necessidade de converter o possível em realizável.

Trazendo esta realidade para a contemporaneidade, a imagem nos reafirma o contexto gestual que os noivos representam, quando observamos que em suas mãos estão carregando um santo rosário. Objeto religioso, que simboliza uma prática realizada por meio de orações muito utilizada na Igreja Católica Romana. Além do rosário, a imagem também é contemplada por corpos marcados, através de tatuagem em ambos os braços e no mesmo local. A tatuagem neste sentido referencia um ao outro, como sinal de fidelidade, cumplicidade e “eternização” do compromisso.

É curioso observar que a produção de sentidos presente no conjunto das imagens tenta abarcar experiências bastante díspares: por um lado a excitação constante, o gozo perpétuo, o êxtase e a leveza individuais, de outro, a garantia da simetria, da fusão romântica, da fidelidade, da cumplicidade e do paralelismo existencial. Isso leva a pensar que estamos diante de uma forma ainda mais idealizada de romantismo, onde queremos “a qualquer custo” (e o custo geralmente é bastante elevado!) conciliar as demandas de uma sociedade fortemente individualizada, com as esperanças de segurança e cumplicidade típicas da vida conjugal nuclear. O romantismo na contemporaneidade parece nos cobrar um preço cada vez mais caro, e talvez por isso, cresçam assustadoramente os números daqueles que se “desencantam” com a possibilidade de um “amor de verdade”.

Continua em jogo nossa “velha utopia amorosa” (COSTA, 1998), mas agora ainda mais decepcionante, na medida em que continuamos almejando a segurança da vida em comum, das mãos dadas, mas sem abrimos mão da fantasia de realização individual, êxtase pessoal, e do tão celebrado direito à “liberdade” de ser o que quiser. Soma-se a isso o fato de precisarmos “prestar contas” constantemente de tal felicidade nas redes de visibilidade (e controle) coletivas.

4.2 CASAMENTO COMO PRODUTO

A sociedade contemporânea é caracterizada pela cultura que consome tecnologia virtual, visibilidade e espetáculo. Aparatos tecnológicos que operam na difusão de inúmeras possibilidades representação do sujeito, através da troca de diferentes mensagens, sejam elas imagéticas, ilustrativas ou textuais. Este aglomerado híbrido de informações acaba capturando o internauta e potencializando o desejo de consumo. O ritual de casamento passa a ser produzido como produto comercial, impulsionando subjetivamente o esvaziamento do sentido tradicional e fomentando sua transformação em espetáculo. É neste panorama que analiso as imagens abaixo:

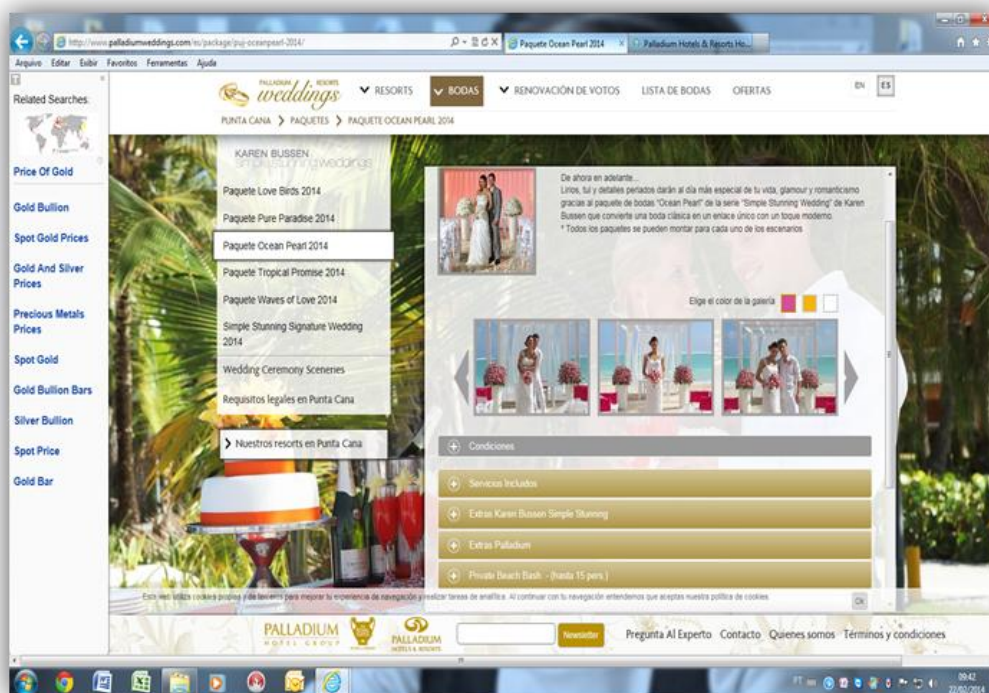


Figura 46 - A mercadorização.

Fonte: PALLADIUM RESORT. Disponível em: <<http://palladiumweddings.com/es/package/puj-oceanpearl-2014>> Acesso em 22 fev. 2014.

Vivemos a era da visualidade, da busca incessante pelo novo, pelo impactante, pelo diferencial, que referenciados por mecanismos sociais e tecnológicos, são verdadeiros estimuladores de desejos e valores contemporâneos, nos impulsionando cotidianamente a disposição do abastecimento de tais necessidades. Nesse anúncio especificamente, por intermédio das redes digitais virtuais e sua respectiva conectividade, identificamos que, o meio de comunicação virtual, refere-se a um site que comercializa o “espetáculo” de casamento. Objetivando motivar e capturar o público jovem, que de alguma forma planeja ou apenas

reflete a respeito da possibilidade de tornar pública sua união. É o chamado “luxo-marketing”, citado por Lipovetsky (2005, p.50), que é “centrado na procura e na lógica do mercado”.

O site refere-se a uma rede de *resorts* localizados no Caribe, que desenvolve sua “diferenciação” na exposição do luxo, direcionando-se a determinados públicos e que de certa forma, amplia a perspectiva de consumo daqueles que o visitam. Na atualidade, o setor de luxo tem sofrido transformações e opera um mercado diversificado, fragmentando-se em o luxo que coexiste com outro, entre a exceção, o intermediário e o acessível. “Não há mais um luxo, mas luxos, em vários graus, para públicos diversos” (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p. 15). Para Strehlau (2004), o conceito de luxo é dinâmico, mudando conforme a sociedade e a época e, principalmente, conforme as noções de necessidades ou confortos básicos se ampliam ou redefinem. Um produto ou serviço pode migrar de categoria a partir do momento em que se torna acessível para várias camadas sociais, deixando de representar uma distinção social ou bem de alto custo.

É o que nos evidencia o site em análise, que carrega em sua estrutura e publicização, a construção de uma coleção de informações, pacotes e atividades engendradas como fatores determinantes para o consumo do “ritual”. Na formação da página inicial, o corpus identifica o apelo comercial e sem distinção social na chamada apresentada aos visitantes, que constrói e referencia o rito. Aplicada na passagem: “Lírios de tule e detalhes de pérola serão dados ao dia especial de tua vida, glamour e romantismo convertido em um pacote de boda clássica e em um enlace único com um toque moderno”. Evidenciando inclusive, o nome do pacote, sua série e o profissional que objetiva a concretização do sucesso do evento. Sendo que, todos os pacotes ofertados no site, podem ser montados com propostas diferentes conforme o cenário escolhido pelo cliente, apontando a possibilidade de negociação da oferta de produtos e serviços. Trata-se de impulsionar emoções que estimulam ao consumo com a utilização de imagens que amplificam e valorizam o diferencial. Os principais ingredientes do mercado de massa são a informação, o consumo, o entretenimento e o espetáculo (BAUDRILLARD, 1981, 1991 e 2001).

Consumir um cerimonial de casamento em um local como este, promove significados simbólicos, vinculados a muitas expectativas e idealizações. Entre elas, a atmosfera que envolve o lugar denota felicidade e romantismo, além de diferenciação social e individual, *status* e luxo. Lipovetsky (2005, p.57) considera essa experiência temporária com o universo do luxo, uma espécie de direito à felicidade. É a ideia de que as pessoas “se dão ao luxo” de investir em algo: “Mais ninguém ou quase ninguém, em nossas sociedades, vive tendo como objetivo a aquisição do estritamente necessário: com

o crescimento do consumo, do lazer e do bem-estar, o supérfluo ganhou títulos de nobreza democrática, tornou-se uma aspiração de massa legítima”.

A “experiência” passa a ser valorizada no processo de planejamento, antes mesmo de sua efetivação e a concretização do evento nesse emaranhado de valores intrínsecos, acaba reafirmando a promulgação de estilos, narrativas, gostos, valores e prestígio produzidos pela fuga da cerimônia tradicional. Para Ricoeur (apud BRUNER, 2005, 23) os “turistas” (modelo do viajante pós-moderno) estão em busca de uma narrativa, uma história para contar e coisas para avistar. Narrar é valorizar um fato que se considera digno de alguma atenção, é validar a experiência vivida, dotando-a de relevância para o mundo. Ocorre que na excessiva velocidade com que se dão tais vivências, e cada vez mais imediatas, ligadas ao consumo de “narrativas visuais” já pré-fabricadas, a experiência efetivamente se revela improvável.

Para Solomon (2008), o comportamento do consumidor é impulsionado por atividades emocionais e mentais realizadas no momento da escolha, aquisição ou uso de produtos ou serviços, para a satisfação de suas necessidades ou desejos. Nesse caso, a publicidade parece operar a partir da “vontade de experiência” do consumidor, num mundo de esvaziamento de sentido, acenando-lhe com a possibilidade de viver algo realmente “inédito” e que “valha a pena”, promessa que nunca se concretiza.

Consumir o inusitado e ostentar através o luxo comunica sofisticação e distinção social, esta é uma narrativa que cada vez mais faz parte do universo contemporâneo, mesmo quando um sacrifício maior se faz necessário para tanto. Aquilo que chamamos de básico não contenta aquele que busca impactar, o importante é ser referenciado e percebido pelos olhos do outro.



Figura 47 - Conto de fadas.

Fonte: PORTAL CASA DOIS. Disponível

em: <http://portal.casadois.com.br/materiais.php?id_materiais> Acesso em: 15 jun. 2014.

Como evidenciado no decorrer desta pesquisa, a realização e confirmação do casamento como evento social publicizado, simboliza demonstração de posses, status social e obtenção de prestígio, auferidos por sua exposição e visibilidade. Este site produzido midiaticamente não só torna possível tal visualidade, como estimula o desejo, a partir de um cenário mágico, belo e fantasioso, que singularmente seduz e provoca um imaginário de felicidade eterna e romantismo no ato de seu consumo. O romantismo permanece como valor que subjaz a todos esses espetáculos, porém despido de seu “preço” heroico e do sofrimento que tradicionalmente lhe são inerentes. Da mesma forma que contempla a visão Malthusiana, já que o casal se casa por amor, por escolha e decisão própria, o mais relevante é a relação conjugal e a fantasia de um “relacionamento puro”, ideal que segundo Giddens (1993), pode ser encontrado na ascensão do amor romântico, que criou a possibilidade de estabelecer um vínculo emocional durável.

O amor por muitos séculos foi um sentimento restrito, por intermédio de jogos de poder, que por cautela da sociedade e imposição de fatores sociais, políticos e econômicos, lentamente permutou transitoriedades em seu tempo e espaço de conquista. Opostamente evidenciado na contemporaneidade, que é reconhecida por atos determinantes relativos à vontade própria, apontando um alto grau de intimidade e intenso investimento afetivo, que desta forma, o sentimento se faz significativo e objetivado na celebração do ritual de casamento, como um grande evento.

Além disso, a imagem do site analisado apela para a celebração do evento na Disney, lugar vendido como incomum, único, paradisíaco e inesquecível, potencializando a realização de um sonho e desejo de consumo, para os noivos e seus convidados. Onde todos os serviços e produtos envolvidos para sua realização pode ser organizado e planejado garantindo o casamento “perfeito” no exterior. Esta é uma comunicação virtual social que constrói uma indústria de celebridades anônimas, constituindo o sujeito, produtos, marcas, valores e ideias como personagens visíveis. Os instantes midiáticos são espetáculos que funcionam através desta lógica de simulações e simulacros da realidade para distrair atenções e impedir a efetiva capacidade narrativa (BAUDRILLARD, 1991).

4.3 CASAMENTO COMO ESPETÁCULO – PROMESSA DE EXPERIÊNCIA

Neste eixo tomaremos mais frontalmente a ideia central da dissertação, segundo a qual vivemos uma passagem do casamento como ritual tradicional para o casamento transformado em espetáculo. Além disso, trataremos de explorar o sentido do casamento/espetáculo como uma espécie de “promessa de experiência”, feita pela cultura da imagem e do consumo, servindo-se de uma condição típica do homem contemporâneo, o esvaziamento de sentido de suas vivências, especialmente ligado à aceleração do tempo e à pobreza narrativa.

As imagens coletadas neste trabalho evidenciam a construção de um sentido potencializado pela busca de experiência emocional, a produção de notoriedade, visibilidade, reconhecimento alheio entre outras perspectivas que requerem repetidamente aceitação e inclusão.



Figura 48 - A renovação.

Fonte: O CASAMENTO DA LARI. Disponível em: <http://ocasamentodalari.blogspot.com.br/2011_09_01_archive.html> Acesso em: 15 jun. 2014.

“Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, §1). Essa representação possibilita a produção de significados, sendo que estes sofrem mudanças e adaptações conforme o contexto e a circunstância histórica. Os significados não se esgotam na representação, são sempre negociados e produzidos nas práticas sociais, que por sua vez, expressam conexão direta com as relações de poder. Podendo envolver além da representação, conhecimento, ideias, liderança e autoridade cultural, articulando entre os fatores materiais, culturais ou simbólicos. Este processo é produzido por intercâmbio da cultura, que constitutivamente determinada pela economia, mercado, Estado, poder político e social passa a governar e regular as ações e práticas sociais dos sujeitos.

Vivemos na sociedade contemporânea práticas de significação constituídas através da linguagem - que se dão dentro do discurso – da imagem, do consumo e do espetáculo. Percebe-se por este prisma que as imagens do evento acima, apresentam suas particularidades étnicas enquanto ritual de casamento desfeitas por influência deste circuito. Trata-se de um casal de noivos oriental, que efetivou o ritual fora dos padrões culturais de origem e denota que, além do descarte de valores, foram totalmente incitados ao consumo espetacular e luxuoso de nossa sociedade.

Segundo Garcia (2007 apud STREHLAU, 2008), é possível perceber que diversos efeitos são impulsionadores do consumo, como os individuais que denotam o

autoconceito; o efeito de grupos reflete o desejo de impressionar o grupo social no qual está inserido; o efeito de cultura reproduz as relações aos padrões culturais que está envolvido; efeito de classe social traz uma ideia de distinção social.

Somos induzidos a consumir e permanentemente instigados a querer renovar, ser alguém que ainda não somos ou ter algo que ainda não temos. Induzidos a experimentar a troca, ato não percebido, por acontecer naturalmente, mas a nova aquisição opera sobre o sujeito como uma espécie de “renascimento”, que efetivamente está muito mais próximo da compulsão do que da criatividade. Esta construção de nós mesmos neste entorno é definida como a vida líquida, vida de consumo de si mesmo - não de objetos ou produtos - mas, de forma momentânea, frequente e efêmera no *eu* de cada um. Isso se dá constituindo olhar para si, realizando autoexame e autocrítica superficiais, impiedosos e constantes. Dessa forma, consumir a si mesmo articula-se ao consumo de inúmeros objetos e produtos que circulam nas teias do mercado contemporâneo. O consumo de marcas e de produtos globais contribui para a formação do próprio mercado de massa e para a modificação dos indivíduos, cada vez mais com propensão para o individualismo (cf. CAMPS, 1996).



Figura 49 - O espetáculo.

Fonte: MOTHER OF THE BRIDE. Disponível em: <<http://www.motherofthebride.com.br/2011/03/inspiracao-com-orquideas-para-cerimonia.html>> Acesso em 16.jun. 2014.

Como afirma Chad Hurley (citado por Twenge e Campbell, 2009), cofundador do YouTube, “todo mundo, no fundo de sua mente, quer ser uma estrela”. Quando pensamos ou utilizamos verbalmente a palavra “estrela” damos significado a sua representação cotidiana, que nos remete primeiramente ao sentido de ser famosa, ser artista, ser

celebridade, ter reconhecimento e notoriedade. No sentido conceitual da palavra, ela é um astro que possui luz e calor próprios, apresentando um brilho singular cintilante que a distingue dos planetas. Esfera de plasma grande e luminosa que pela gravidade é mantida íntegra. Hibridizando essas relações, é possível pensar tal expressão como emblema privilegiado da sociedade espetacular.

Hoje, independente do campo ou momento de vida que o sujeito se encontra, seja na esfera pública ou privada, da ação ou comemoração, o que importa é a potencialização do instante. Este se efetiva, principalmente com o consumo da própria imagem, como citei anteriormente. “Todos” querem ser uma estrela, dessa forma, a socialização do sujeito acontece na sua valorização exterior, onde se faz necessário e fundamental aparecer. Esta ação acaba se confrontando com a real importância do evento, que implica na perda de sentido da celebração.

Estamos sendo bombardeados pela massificação midiática, que globaliza e veicula tudo e todos, pela fabricação de celebridades, pela exposição de *si* e conseqüentemente, pela espetacularização de tudo que se torna “incrível” por um instante. Neste enfoque, podemos afirmar que na esfera pública é possível encontrar um *eu* estereotipado e conveniente para a cultura da imagem e do consumo. A celebridade do instante midiático é do tipo de estrutura fechada, segundo a concepção de Barthes (1977: 263), de conteúdos imanentes para si, na medida em que o que torna célebre o indivíduo é imediato e efêmero. Os dispositivos tecnológicos induzem o sujeito ao instantâneo e efêmero, devido à velocidade de troca dos estímulos e motivações que são construídas fluidamente.

Vivemos num tempo de acentuada instantaneidade e a homogeneização das vidas cotidianas: a economia, o comércio, a geografia, a cultura, os hábitos de consumo e as necessidades, a informação, o entretenimento e até a celebração do banal. Uma celebração instantânea do instantâneo, própria dos cidadãos anônimos de um tempo efêmero. Cidadãos que participam no midiatismo televisivo e adquirem uma nova, repentina, descartável e notória identidade.

Celebridades são construídas como símbolos que carregam consigo determinados valores sociais, princípios morais e padrões culturais. Redmond (2006) reconhece a fama como fenômeno ubíquo, discurso que participa do significado que damos à vida social na contemporaneidade. Sua força é tal que o autor afirma que a fama serve como “cola” da cultura de nosso tempo. O desejo do sujeito contemporâneo é perpetuar-se célebre, embora, este desejo sofra mutações e que de forma ubíqua se permeie por novos.



Figura 50 - Performance.

Fonte: GAZETA NORTE MINEIRA.

Disponível

em: <http://www.gazetanortemineira.com.br/wp-content/uploads/2013/10/07_3.jpg>

Acesso em 10.jul. 2014.



Figura 51 - Artistas.

Fonte: GLOBO. Disponível em: <Alexandre Pires e Sara Lemos

<http://ego.globo.com/Gente/foto/0,16202937-EXH,00.jpg>> Acesso em 10.jul. 2014.

Assim, um “espetáculo” de casamento para produzir celebridades, mesmo que anônimas, passa a envolver planejamento, informação, atualização, consultoria e contratação de produtos e serviços especializados. Está é uma caminhada de busca de referenciais que envolve a exploração do que há de novo no mercado social, incluindo características que contemplem o surpreendente e extraordinário. Estamos efetivamente no âmbito de uma cultura do espetáculo, e não apenas diante da ocorrência de eventos isolados.

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o “modelo” atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha “já feita” na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. Forma e conteúdo do espetáculo são, de modo idêntico, a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo também é a “presença permanente” dessa justificativa, como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna (DEBORD, 1997: 14-15).

O espetáculo é consumido cotidianamente pelos dispositivos tecnológicos e midiáticos na fabricação de sentidos, valorização da vida alheia que simultaneamente veicula o consumo de artefatos culturais e pessoas que se promovem por dimensões valorativas e emocionais. A produção da mídia institui-se no sentido de mediar essa indústria de mensagens e significados dominantes, que por meio de suas estratégias, torna também o sujeito contemporâneo um produto de consumo.

A cultura midiática abarca em todos os campos sociais com muita fluidez veiculando o sujeito a novas informações a todo instante, o que por sua vez, desenvolve sua inclusão nessa indústria, onde tudo parece não passar de entretenimento, no mesmo tempo e espaço em que se consome. Sobretudo, a mídia é a maior fabricante de celebridades - mercadorias - da contemporaneidade, que imagetivamente descrevem suas vidas potencializadas pelo espetáculo da performance. Mas o que é performance? Este é um conceito bastante amplo e que vem sendo constantemente ressignificado com o passar dos tempos, ganhando maior representatividade nas últimas décadas do século XX. Ainda que seja um conceito unívoco e transdisciplinar de acordo com o campo em que atua, a ideia de performar remete comumente a significados de desempenho, atuação, avaliação, posicionando o corpo como o palco central para o seu fim.

Neste sentido, em tempos de exacerbada visibilidade e competitividade, a forma como nos apresentamos aos outros, com que atuamos em nossos papéis sociais, nos posicionam e nos definem. Em consequência disso, o sujeito contemporâneo se projeta na construção de uma imagem que se espelha na celebridade, uma imagem atualizada performaticamente e tendenciosa ao sucesso enquanto mercadoria vendável e consumível. Cabe destacar aqui, a ideia de performance como um “comportamento restaurado” (SCHECHNER, 1985), como uma prática ou comportamento de “segunda mão”, pois, ainda que a performance seja inédita, trata-se de uma repetição, uma restauração.

As imagens acima condizem com a atual notoriedade social que a mídia denota. Tornou-se comum para uma celebração de casamento explorar as tendências de mercado e, no mesmo caldeirão, as celebridades e suas performances em destaque para servir de inspiração e espetacularizarmos a nós mesmos.



Figura 52 – Celebidades.

Fonte: BLOG. Disponível em:
 <<http://2.bp.blogspot.com/-SJzo1oR0LM/TtONm-TLQ4I/AAAAAAAAIs8/-h505IKpkvE/s1600/casamento-thayla-ayala-paulo-vilhena-007.jpg>> Acesso em: 10 jul. 2014.



Figura 53 - A cópia.

Fonte: MEDIA TUMBLR. Disponível em:
 <http://33.media.tumblr.com/5f53e166121adad535714d26e9ce5524/tumblr_mgdjn9RvEd1rfp_hvwo1_500.jpg> Acesso em: 10 jul. 2014.

Um estilo de celebração de casamento muito difundido na contemporaneidade é a cerimônia ao ar livre, o desejo por esta forma de ritual é resultado do excesso de visibilidade e pela procura da experiência incomum, aquela que foge dos padrões tradicionais. Segundo Mirzoeff (2003):

A visualização é a característica do mundo contemporâneo, é uma “tática para estudar a genealogia, a definição e as funções da vida cotidiana pós-moderna a partir da perspectiva do consumidor, mais que do produtor” (p.20). Enfatiza que não se trata de uma história de imagens, nem depende das imagens em si mesmas, mas sim dessa tendência de plasmar a vida em imagens ou visualizar a existência, pois o visual é um “lugar sempre desafiante de interação social e definição em termos de classe, gênero, identidade sexual e racial” (p.20).

Neste sentido, recorreremos à imagem, para analisar o papel influente e dominante da mídia, e das mídias sociais em especial, enquanto veículo construtor e reprodutor cultural. Viabilizando a exposição da intimidade de celebridades e reproduzindo conceitos que induzem o sujeito a consumir. De acordo com Graeme Turner (2004), é justamente a sustentação do interesse por sua *vida privada* que ajuda a caracterizar uma celebridade. Conforme o pesquisador, nós podemos mapear o preciso momento em que uma figura pública se torna uma celebridade. Isso ocorre no momento em que o interesse midiático em suas atividades é transferido dos relatos em torno de seu papel público (como suas

realizações específicas na política ou no esporte) para a investigação dos detalhes de suas vidas privadas (TURNER, 2004, p. 8, tradução nossa).

A característica fundamental que referenciou as imagens acima para análise foi à apropriação e cópia da vestimenta completa da noiva e do noivo representados na figura 04. Ambos vestiram-se fidedignamente igual aos atores “globais”, inclusive o ritual, que também foi inspirado no mesmo contexto, em uma praia e ao ar livre. Curiosamente esta imagem materializa a semelhança física aparente entre as noivas, que de costas até podem ser confundidas. Como nos escreve Featherstone (1995, p. 123):

os novos heróis da cultura de consumo [...] transformam o estilo num projeto de vida e manifestam sua individualidade e senso de estilo na especificidade do conjunto de bens, roupas, práticas, experiências, aparências e disposições corporais destinados a compor um estilo de vida. [...] O indivíduo moderno tem consciência de que se comunica não apenas por meio de suas roupas, mas também através de sua casa, mobiliários, decoração, carro e outras atividades, que serão interpretadas e classificadas em termos da presença ou falta de gosto.

Utilizar referência da vida privada de celebridades é uma dinâmica da sociedade contemporânea. Seus gostos, costumes, sofisticação e glamour são transformados em fonte de inspiração e desejo, para alguns sujeitos, copiar a celebridade é imprescindível, pois denota status social, sucesso e prestígio. Estes valores de consumo associados e felicidade pessoal estão intrincados na potencialidade da sociedade, que triunfa em valorizar o que se tem e não o que se é.



Figura 54 - A imagem pré-fabricada.

Fonte: CASAMENTO MARAVILHOSO. Disponível em: <<http://milcamadasdetule.blogspot.com.br/2013/08/casamento-maravilhoso.html>> Acesso em: 10 jul. 2014.

A era do espetáculo é conduzida pela mesma teia da sociedade que consome imagens e fabrica sentidos. Olhar para a imagem acima provoca uma reflexão sobre os valores intrínsecos que a mesma contrasta. Trata-se de uma festa de casamento luxuosa convidativa a ser analisada.

Esta é uma imagem pré-fabricada, composta a partir da performance dos noivos, que trocam carinho e simultaneamente preocupam-se em posar para o fotógrafo, frente à abundante mesa de doces e todo o glamour que o cenário contempla. A fotografia nesta perspectiva, através da pose, evidencia a concepção de realidade, gerando alguns sentidos que representam socialmente o momento como verdadeiro. Neste contexto, a fotografia é a forma de legitimar, tornar público um ato da vida privada, sendo o “retrato o último ato de publicidade da união, que já foi testemunhada pelos que viram os proclamas, os convites” (LEITE, 1993, p.112).

Examinando a riqueza de detalhes envolvidos na imagem, percebe-se a variedade e fartura de doces expostos à mesa, assim como a sua grandiosidade e imponência, que por sua vez, constata um verdadeiro banquete regado ao luxo e glamour. O banquete associa-se à fartura como forma de prestígio e presença desejada de excesso, que tradicionalmente sempre funcionou como símbolo de confiança, aliança e festividade. Estas comemorações construíram sua origem à mesa, mobiliário fundamental para reunir, sociabilizar e civilizar as relações. E a gastronomia por sua vez, participou contribuindo na origem de grandes transformações sociais e políticas, enquanto, “a fotografia de casamento, como um ato social, vem auxiliar na manutenção de valores antigos e na criação de novos” (FELICIANO, 2007, p. 241).

Cabe dizer que contemporaneamente, o sujeito carrega consigo a mesma carga da tradição de origem e continua utilizando estes valores e sentidos na efetivação do ritual, agora espetacularizado. No entanto, sobre os efeitos da sociedade espetacular os desejos são potencializados de forma abundante e excessiva na produção de ilusão. Desenvolvendo novas representações e visibilidades, formas diferentes de ser e estar na sociedade. Articula-se produção e consumo em narrativas singulares e diferenciadas, que objetivam reconhecimento social.

Por fim, queremos afirmar que o arranjo semiótico das imagens tomadas em análise, unifica-se de certa maneira em torno de um sentido predominante e que se pode auferir das diferentes estratégias envolvidas na espetacularização: a promessa de experiência.

Vivemos num tempo de empobrecimento da experiência, em que o homem contemporâneo se vê cada vez mais enredado numa trama de informação instantânea e

acúmulo de imagens que, ao contrário do que se pode imaginar à primeira vista, são extremamente nocivas à produção de narrativas capazes de constituir e perpetuar uma tradição.

Segundo Larrosa (2004, p.21):

a experiência é o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca. Não o que se passa, não o que acontece, ou o que toca. A cada dia se passam muitas coisas, porém, ao mesmo tempo, quase nada nos acontece. Dir-se-ia que tudo o que se passa está organizado para que nada nos aconteça. Walter Benjamin, em um texto célebre, já observava a pobreza de experiências que caracteriza o nosso mundo. Nunca se passaram tantas coisas, mas a experiência é cada vez mais rara.

É remontando a Walter Benjamin que encontramos a referência antecipatória de um tempo no qual a experiência daria lugar ao “periodismo”, o fascínio pela informação e pela opinião, num claro esvaziamento da efetiva capacidade narrativa. Os “rituais” espetacularizados de casamento não tem força narrativa, reduzindo-se a uma replicação interminável de imagens, poses e cenas que reiteram a sempre mesma informação do êxtase, do excesso, do glamour e da tentativa de eternizar a excitação do instantâneo.

Ainda assim, talvez essas imagens nos sirvam como sintoma de uma humana “vontade de experiência”, vontade de narrar, de fazer e contar história, que rapidamente capitalizada pela publicidade e pela cultura do consumo, se converte em repetição estéril da “sempre mesma história”, ainda que os personagens sejam diferentes.

Estamos diante daquilo a que Benjamin (2000, p.107) referia como sendo a “rivalidade histórica, (...) substituição da antiga forma narrativa [dos rituais] pela informação, e da informação pela sensação, responsáveis pela crescente atrofia da experiência”. O fotógrafo, por sua vez, torna-se cada vez menos um “narrador”, testemunha de um ritual que atesta o valor da transmissão cultural, e cada vez mais se converte num “vendedor de imagens”, feitas ao sabor da cultura do espetáculo.

Desse modo o excesso de imagens informativas acerca da “felicidade” dos casais contrasta com o esvaziamento de sentidos efetivamente surpreendentes e insólitos, e isso se reproduz nos modos de existir e conviver. Mais e mais das sempre mesmas histórias. Mais dos mesmos modos de casar, de viver e de separar.

Sofremos da instantaneidade da informação imagética, excessivamente veloz e fugaz, que esvazia a produção de sentidos e nos rouba a possibilidade de efetivamente narrarmos uma história digna de ser contada, recontada e com a qual poderíamos efetivamente nos (trans)formar.

A informação só tem valor no momento em que é nova. Ela só vive nesse momento, precisa entregar-se inteiramente a ele e sem perda de tempo tem que se explicar nele. Muito diferente é a narrativa. Ela não se entrega. Ela conserva suas forças e depois de muito tempo ainda é capaz de se desenvolver. (...) Ela se assemelha a essas sementes de trigo que durante milhares de anos ficaram fechadas hermeticamente nas câmaras das pirâmides e que conservam até hoje suas forças germinativas (BENJAMIN, 2011, p.204).

Ao contrário de narrativas, as imagens de casamentos espetacularizados tem pretensões de transparência, da transparência explicativa da informação, que tudo entrega mas nada revela além da sempre mesma repetição do clichê.

É neste sentido que uma cultura da imagem espetacularizada despotencializa o valor antropológico dos rituais, deixando-nos apenas na posição passiva de um espectador que “consume” sem muita escolha a felicidade romântica anacrônica e caricata de uma sociedade que anseia por experiência e transmissão cultural, mas não consegue muito mais que estar “bem informada” e “se mostrar”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As “novas” tecnologias, cada vez mais presentes no cotidiano, trazem efeitos bastante concretos nos modos de vida dos sujeitos contemporâneos. Atrelado a elas, a cultura e as relações sociais constroem identidades e novas formas de viver coletivamente. O objetivo desta pesquisa foi investigar estas práticas culturais, em especial sob o signo da juventude contemporânea que “voltou a casar”. Debruçada na exposição imagética espetacular dos rituais de casamento publicizados nas redes sociais e apoiada nas reflexões sobre a cultura contemporânea, busquei compreender estas representações e derivar daí algumas pistas para uma possível “educação do olhar”, como fotógrafa e educadora.

Para ir ao encontro destas respostas, articulo as transformações e evoluções ocorridas no sujeito a partir da história da arte até a atualidade, em diferentes espaços/tempo sobre a ótica de vários autores. Como vimos estes movimentos já esboçavam o nascimento de uma cultura do consumo que foi modelando comportamentos e padrões estéticos daquela sociedade, uma época marcada pela influência da moda, desenvolvimento da tecnologia e dos meios de comunicação e, sobretudo, pelo fascínio despertado pela reprodução técnica da imagem.

Neste contexto, é sabido que estes fatores unidos engendram inúmeras formas de subjetivação e de educação do olhar. A produção de imagens em geral, e a fotografia em particular, por intermédio da cultura passa a produzir novos significados e experiências, ou seja, enquanto a cultura muda a forma de viver a fotografia contribui nas diversas maneiras de ver e fazer ver o mundo.

A tecnologia de produção, reprodução e compartilhamento instantâneo de imagens interfere diretamente sobre a configuração e produção das diversas formas de ser. Estamos diante de constante consumo de imagens, numa cultura de massa apelativa operada pela mídia e redes sociais, que introduz o sujeito contemporâneo no ciberespaço (espaço de interação virtual), ampliando suas relações por intermédio das diversas formas de interação e “trocas” de informações. Como o ciberespaço proporciona estar conectado a qualquer lugar em qualquer momento, compartilhando imagens e conhecimento, estas relações constituem uma sociedade líquida, fragmentada e descontínua. Uma sociedade que remodela suas identidades a partir da exposição do próprio *eu* enquanto exibido e compartilhado. É neste contexto que o ritual de casamento e a educação do olhar ganham destaque em nossas lentes.

Como vimos no decorrer desta pesquisa, a história do casamento e seu ritual atravessaram séculos e sofreu muitas rupturas, totalmente atrelado à tradicional formação e união da família, perpassado ora por razões religiosas, econômicas, sociais ou políticas, o ritual de casamento na atualidade se vê atravessado pela cultura do consumo e da espetacularização. A tradição da cerimônia de casamento era carregada de valores intrínsecos (políticos, econômicos e religiosos) e permanecia vinculada à afirmação de compromisso e união de alianças entre famílias, por razões predominantemente políticas e econômicas. A escolha do parceiro e busca pela felicidade foi um sentimento conquistado com o passar dos séculos. Em 29 de junho de 1939 o “código da família” foi inaugurado, referindo-se à chamada “civilização do amor”. Tratava-se da consolidação dos ideais do amor romântico, utopia moderna que pretende atrelar o êxtase da paixão à segurança e eternidade dos vínculos de cumplicidade e cooperação.

Agora, no mundo contemporâneo, o ideário do amor romântico parece reduzir-se a sua imagem mais exterior, a manifestação imagética do êxtase emocional sob o testemunho do glamour, as performances de *star*, a celebração dando lugar às celebridades (anônimas) e as expectativas de eternização do instantâneo. A produção de imagens e seu compartilhamento, por sua vez, são ao mesmo tempo mecanismos de efetuação e sintoma desta mesma cultura. Algo na cultura da imagem e da espetacularização do ritual parece apontar sintomaticamente uma vontade humana de ter o que contar, ainda que tal vontade se muito rapidamente capitalizada pela publicidade pela sociedade de consumo que a agenciam sob a forma de produto, esvaziando a possibilidade de viver experiências que sejam dignas de serem narradas e transmitidas. Tudo se perde no excesso e na obsolescência desenfreada.

Foram tomadas em análise 26 imagens extraídas intencionalmente das redes sociais, relativas a diferentes cerimônias, em distintos momentos e lugares. Nesta construção, as imagens foram percebidas e vislumbradas em três eixos distintos: “modo de vida”, “produto comercial” e “exposição espetacular”.

Do ritual ao espetáculo: mais importante do que os votos carregados pela tradição, o ritual tem sido transformado em espetáculo, onde a imagem ganha destaque e precisa ser exibida como vitrine. Uma cultura do consumo incita os sujeitos a buscarem referências na “diferenciação” (de cunho individualista), no luxo, no *glamour* e na imponência, passando a valorizar a imagem como forma privilegiada de informação e testemunho de uma “conquista”.

A cultura do espetáculo é construída pela mesma sociedade que consome e descarta com facilidade, nos levando a refletir que o ritual de casamento está fadado ao “esvaziamento de sentido”. Na era da instantaneidade e visualidade, a tradição e construção de uma “relação humana” que atravessou séculos, perdeu o palco para a cerimônia fora dos padrões, em lugares inusitados, inovadores que representam prestígio e vinculam-se a um sentido estereotipado de “juventude”, marcado pela irreverência, pela ousadia e pela beleza física. Assim, constata-se também no contexto do fenômeno investigado, na cultura da imagem, do consumo e do espetáculo, uma drástica simplificação do sentido de “juventude”, numa reiteração de imagens estereotipadas acerca do que é “ser jovem” (em qualquer idade) no mundo contemporâneo. Longe de serem inofensivas, tais representações educam o olhar dos sujeitos e forjam suas percepções acerca do mundo e das relações.

Destacando-se pela expectativa irrefreada de “diferenciar-se”, o ritual precisa ser “novo” e “surpreendente” aos olhos de quem vê, aos olhos do outro, o “outro” aqui despido de seu sentido de alteridade e reduzido a um suporte imagético de testemunho e confirmação, contabilizado na forma de número de visualizações, curtidas e compartilhamentos.

A reflexão possibilitada pela pesquisa leva na direção de ressignificar o valor da produção, reprodução e veiculação de imagens no mundo contemporâneo, como fotógrafa e educadora, colocando em questão o potencial esvaziamento da experiência e da narrativa, sobretudo no contexto de espetacularização do ritual de casamento. Além disso, abre para a perspectiva de uma necessária educação do olhar, que problematizando o lugar comum do “espetáculo”, permita entrever novas possibilidades de relação com a imagem e, antes de tudo, com a própria atividade imaginativa, marca de nossa humanidade.

As análises não encerram o estudo na forma de uma descoberta ou revelação conclusiva, mas ao contrário, abrem-se como provocação de novos sentidos, em possíveis futuros estudos. O trabalho alia-se ao conjunto das pesquisas que se esforçam em perscrutar os sentidos da cultura contemporânea, como forma de vida e produção de subjetividades.

6 REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org). **Adorno: Sociologia**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1994, p. 93.

AGAMBEN, Giorgio. **Infância e história, destruição da experiência e origem da história**. Belo Horizonte: UFMG, 2005, p.111.

ALVES, G. **Do desejo pelas imagens: apontamentos sobre história da fotografia**. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto, MG, 2012.

ARIÈS, Phelippe. **História social da criança e da família**. Ed. LTC. Rio de Janeiro, 1973.

ANDERSON, C. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**. Do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

ARTETROPIA<<http://artetropia.blogspot.com.br/2010/06/o-poder-do-homem-os-retratos-do.html>> Acesso em 26.ago. 2013.

ARTE MAIOR. Foto 25 Disponível: <<http://artemaior.wordpress.com/2010/11/02/pop-art-e-edy-warhol/>>. Acesso em: 14 out.2013.

ARTUR, Ricardo. **Cultura moderna e contemporânea**: blog de apoio à disciplina ART 1420. Foto: 24. Disponível em: <<http://ricardoartur.com.br/cultura/2012/03/21/fauvismo-expressionismo/>> Acesso em: 13.out.13.

AZEVEDO, M Jussara. **Cidade(s) na janela pós-moderna**: um olhar sobre os álbuns fotográficos virtuais de Porto Alegre. ... Porto Alegre: 2010.

BACELLAR, Tatiana L. Análise dos eventos realizados no grupo escoteiro Caio Viana Martins no ano de 2009. Trabalho monográfico Senac. Pelotas: SENAC, 2010.

BACVAR, E. **Um outro olhar. Humanidades**, Brasília, v. 49, p.121 – 125, 2003.

BAGOT, Jean Pierre. **Pour vivre Le mariage**, Paris, Cerf, 1986. p. 201.

BAKTHIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 6ªed. São Paulo: Hucitec, 1992/1927.

BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. São Paulo: Nacional, 1979.

_____. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

_____. **Câmera lúcida**. (1980) London: [s.n.], 10811980. (Tradução inglesa).

BAUDRILLARD, J. **A sociedade do consumo**. São Paulo: Edições 70, 1981.

BAUDRILLARD, J. **Tela total**: mito- ironias da era do virtual e da imagem. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 1999.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

_____. **Palavras de ordem**. Lisboa: Campo das Letras, 2001.

_____. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUMAN, Zigmund. **Modernidade Líquida**. TRad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahae. Ed; 2001.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BAXANDALL, Michael. **Painting and experiense in Fifteenth-Century Italy**: a primer in the social history of pictorial style. 2 nd. ed. New York: Oxford, 1988.

BENJAMIN, M. **Obras escolhidas**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1987. (v. I).

_____. **A Modernidade**. In: Obras completas III, Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Brasiliense, 2000.

_____. **Charles Baudelaire**: um lírico no auge do capitalismo. 3°.ed. São paulo, Brasiliense, 2000.

_____. **Magia e Técnica, Arte e Política**. Trad. Sergio Paulo Rouanet. 13.ed. São Paulo: Brasiliense, 2011. (Obras Escolhidas v.1).

BENNET, Andy; KAHN-HARRIS, Keith. Introduction. In: _____ (orgs). **After subculture**: critical studies in contemporary youth culture. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2004. p.1-18.

BLOG Foto: 52 Disponível em: <<http://2.bp.blogspot.com/-SJzo1oR0LM/TtONm-TLQ4I/AAAAAAAAAIs8/-h505IKpkvE/s1600/casamento-thayla-ayala-paulo-vilhena-007.jpg>> Acesso em 10.jul. 2014.

BOLOGNE, J. **História do casamento no ocidente**. Temas & Debates. 1º Edição: Lisboa, 1999.

BONNEVILLE, Nicolas de. **Le nouveau code conjugal**, établi sur lês bases de La Contitution et d'après lês principes et lês considérations de La loi déjà faite et sanctionnée, Paris, Imprimerie Du Cercle social, 1792.p.229.

BRUNER, Edward M. **Culture on tour: ethnographies of travel**. Chicago; London: University of Chicago Press, 2005.

BURGUIÈRE, André, ET AL., **Histoire de La famille**, Paris, Armand Colli, 1986. p.301.

CADET, Ernest. **Le Mariage em France, statistiques et reformes**, Paris, GUILLAUMIN ET Cie, 1870. p. 234.

CALADO, Isabel. **Utilização Educativa das Imagens**. Editora Porto. Porto. 1994.

CALLIGARIS, Contardo. **A Adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2000.

CAMPS, Victoria (1996), **Paradoxos do Individualismo**, Lisboa, Relógio D'Água.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995.

CANEVACCI, Massimo. **Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles**. Trad. Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

CARDOSO, Sérgio. O olhar viajante (do etnólogo). In: NOVAES, A. (ORG). **O olhar**. São Paulo: Companhia de Letras, 1998.

CASAMENTO MARAVILHOSO. Foto: 54. Disponível em: <<http://milcamadasdetule.blogspot.com.br/2013/08/casamento-maravilhoso.html>> Acesso em: 10 jul. 2014.

CARRANO, Paulo César. SCHEINVAR, Estela. Aproximações aos jovens do Brasil: um olhar panorâmico. JOVENes: **Revista de Estudos sobre Juventud**. México, DF: ano 9, nº 22, p. 314-331, jan-jul, p. 198-201, 2005.

CARRANO, Paulo César. DAYRELL, Juarez. Juventude e ensino médio: quem é este aluno que chega à escola. In: **Juventude e ensino médio: sujeitos e currículos em diálogo** / Juarez Dayrell, Paulo Carrano, Carla Linhares Maia, organizadores. – Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

COSTA, Jurandir Freire. **Sem fraude nem favor: estudos sobre o amor romântico**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

COUCHOT, Edmond. Sujet, objet, image, in “**Nouvelles images, nouveau réel**”, cit. Esprit, 1994.

CHARRON, Pierre. **De La Sagesse** (1601), Paris, Jacques Bessin, 1618. p. 329.

CHAUÍ, A.C. **Janela da alma. Espelho do mundo**. In: NOVAES, A. O OLHAR. São Paulo, SP: Companhia DA Letras, 1993.

DAUDET, Pierre. **Études sur l'histoire de La juridiction matrimoniale**. L'Établissement de La compétence de l'glise em matière de divorce ET de consanguinité. France, X,XII,siècles. Paris, Librairie Du recueil Sirey, 1941. p. 367.

DAYRELL. Juarez. O Jovem como sujeito social. In: **Revista Brasileira de Educação**. N. 24. Rio de Janeiro, set/Dez. 2003.

DAYRELL, Juarez. A escola “faz” as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. **Educação e Sociedade**, Campinas, vol.28, n.100 – Especial, p.1105-1128. 2007

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Contra Ponto. Rio de Janeiro, 1997.

DEMPSEY, Amy. **Estilos, Escolas e Movimentos** – Guia Enciclopédico da Arte Moderna. São Paulo. Cosac & Naif, 2003.

DENISE OLIVEIRA. Foto: 39. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=16312>> Acesso em: 15 jun. 2014.

DES ACCORDAILLES AUX ÉPOUSALLES, **catálogo** da C.G.E.R., Bruxelas, (1998.p.282).

DUBY, Georges, Male Moyen Age, **De l'amour ET autrs essais**, Paris, Flammarion, 1988. p.336.

DU GAY, Paul; HALL, Stuart; JANES, Linda; MACJAY, Hugh & NEGUS, Keith, **Praticando Estudos Culturais – A história do Walkman da Sony**. London: Sage, 1997.

EDGAR DEGAS. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Foto: 14. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Edgar_Degas> . Acesso em: 13 out. 2013.

FABRIS, Annateresa. **Fotografia: usos e funções do séc. XIX**. São Paulo: EDUSP, 1998.

_____. **O desafio do olhar** – Fotografia e artes visuais no período das vanguardas históricas. Ed. Martins Fontes, São Paulo, 2011.

FANPOP. Foto: 27. Disponível em: <<http://www.fanpop.com/clubs/fashion-photography/articles/190/title/baron-adolph-de-meyer-vogues-first-fashion-photographer>>. Acesso em: 13 out. 2013.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução: Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FELICIANO, Luiz Antonio. **Breve percurso sobre as fotografias de casamento dos fotógrafos amadores (os convidados)**. ANAIS. X INIC – ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIACAO CIENTÍFICA; VIII EPG – ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIACAO CIENTÍFICA JÚNIOR, São José dos Campos-SP:UNIVAP, 2007.

FELIPE, Jane; GUIZZO, Bianca Salazar; BECK, Dinah Quesada (Orgs.). **Infâncias, gênero e sexualidade nas tramas da cultura e da educação**. Porto Alegre: Editora da Ulbra, 2013.

FERNANDES, F. **Fundamentos empíricos da explicação sociológica**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1959.

FOUCAULT, Michel. **Tecnologies du soi. Em dits et écrits, 1954-1988, vol. II**. Paris: Gallimard, 2001.

FOX, Revista de Fotografia. Mercado Fotográfico em Geral: **Casamentos**. Agosto 2008.

FREEDMAN, K. Cultura visual e identidade. **Cadernos de Pedagogia**. Barcelona, n. 312, p.59-61, 2002.

FREUND, Gisèle. **La Fotografia como Documento Social**. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1993.

GABLER, Neal. **Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999, p. 221.

GAZETA NORTE MINEIRA. Foto: 50 Disponível em: <<http://www.gazetanortemineira.com.br/wp-content/uploads/2013/10/07.3.jpg>> Acesso em 10.Jul. 2014.

GERGEN, Kenneth J. “**The challenge of absent present**”, in: KATZ e AAKHUS (eds.). *Perpetual contact: Mobile communication, Private talk, public performance*. Cambridge, Cambridge Universitt Press, 2002, pp.227-241.

GIANNOTTI, José Arthur. **Marx vida e obra**. Porto Alegre. Editora: L&M, 2000.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: UNESP, 1993.

_____. **As Consequências da Modernidade**, Oeiras, Celta. – (2000), O Mundo na Era da Globalização, Lisboa, Edições Presença, 1996.

GIMENEZ, Liliane. Foto: 38. Disponível em:<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=77>> Acesso em: 15 jun. 2014.

GUEDES, Fabiane. Foto: 43. Disponível em:<<https://www.facebook.com/347136985396173/photos/t.713968963/539878292788707/?type=38theather>> Acesso em: 15 jun. 2014.

GUEDES, Fabiane. Foto: 45. Disponível em:<<https://www.facebook.com/347135985396173/photost.713968963/533573710085832/?type=38theather>> Acesso em: 15 jun. 2014.

GLOBO.COM. Foto 51. Disponível em: <Alexandre Pires e Sara Lemos <http://ego.globo.com/Gente/foto/0,16202937-EXH,00.jpg>> Acesso em 10.jul. 2014.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1995. 233 p.

GOMBRICH, E. **História da Arte**. 16 ed. São Paulo: LTC, 1999.

HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, Stuart_____. (Org.) **Representation: Cultural Representations And Signifying Practices**. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, Open University, 1997.

HALL, Stuart. **On Ideology: Cultural Studies**. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies (1972).

_____. Cultural Studies and its thoretical legacies. In: MORLEY, David, KUAN-HSING, C., (Eds). *Stuart Hall – critical dialogues in cultural studies*. London; New York: Routledge, 1996.

HAUSER, Arnold. **História Social da Arte e da Literatura**. Martins Fontes. São Paulo, 1995.

HISTÓRIA DAS técnicas artísticas. Foto 07 .Disponível em: <<http://enfaseemhistoriadaarte.hordpress.com/tag/dominique-ingres/>> Acesso em: 13 out. 2013.

HISTÓRIA DO homem nos últimos dois milhões de anos. Reader's Digest, Portugal, 1971.

HISTORY OF DESIGN Fall 2012. Foto: 15. Disponível em: <http://bnmhistoryofdesign.blogspot.com.br/2012/09/toulouse-lautrec-and-montmartre_27.html> >. Acesso em: 13 out. 2013.

JAMESON, F. (1994). **Transformações da imagem na pós-modernidade**. In: Jameson, F. Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.

JEAN-AUGUSTE Dominique Ingres. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Foto: 09. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jean-Auguste_Dominique_Ingres>. Acesso em: 13 out. 2013.

KEHL, Maria Rita. **A juventude como sintoma da cultura**. In: NOVAES, Regina; Vannuchi, Paulo. *Juventude e Sociedade: trabalho, educação, cultura e participação*. São Paulo: ED. Perseu Abramo, 2003.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

KNNAUSS, Paulo. **O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual**. *Artcultura*, Uberandia, v.8, n.12, p. 97-115. 2006.

KODAK. Autographica n° 3°. **Correio do Povo**, Porto Alegre, p.27 set. 1922. Anúncio publicitário. p. 27.

KODAK. Foto: 18. Disponível em: <http://wwwbr.kodak.com/BR/pt/consumer/fotografia_digital_classica/para_uma_boa_foto/historia_fotografia/historia_da_fotografia13.shtml>. Acesso em: 13 out. 2013.

KOFF, Rogério F. **A cultura do espetáculo; Sete estudos sobre mídia, ética & ideologia**. Santa Maria. UFSM, 2003.

KOHAN, Walter O. **Infância: entre a educação e a infância**. (A infância escolarizada dos modernos – Michel Foucault). Belo Horizonte: autêntica, 2003. (p. 61-95).

KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. São Paulo: Ateliê, 2001.

LASCH, Christopher. **A cultura do Narcisismo**: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LARROSA, Jorge. Notas sobre a experiência e o saber da experiência. **Revista Brasileira de Educação**. n.19, 2002.

_____. Educação e diminuição. In: _____. **Linguagem e educação depois de Babel**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

LEGRAN, Michel; DOISNEAU, Robert e Pennac . **Vie de famille**. Paris: Hoëboke, 1993.

LEITE, Miriam Moreira. **Retratos de Família**. São Paulo: Edusp, 2001.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEGRAN, Michel. DOISNEAU, Robert e Pennac, **Vie de Famille**, Paris, Hoëboke, (1993. p. 334).

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, São Paulo, 2009.

_____. **Metamorfoses da cultura liberal**: ética, mídia e empresa. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles; e ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **La cultura-mundo**: respuesta a una sociedad desorientada. Barcelona: Anagrama, 2010. Colección Argumentos.

LÉVY, Pierre. O ciberespaço e a economia da atenção In: PARENTE, André (org.). **Tramas da rede**. Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **A inteligência coletiva**: para uma antropologia do ciberespaço. Editora: 34. Rio de Janeiro, 2010.

LLOSA, Mario Vargas. **A Civilização do Espetáculo** : uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Editora Objetiva Ltda. Rio de Janeiro. 2013.

LUPA. Foto: 11. Disponível em: http://www.lupa.com.pt/site/index2.php?tem=184&cont_=61 > . Acesso em: 13 out. 2013.

LYOTARD, Jean-François. **O pós-moderno explicado às crianças**. Lisboa: Publicações D. Quixote, 1984.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**. São Paulo, Brasiliense, 1989.

MARGULIS, M.; URRESTI, M. La construcción social de la condición de la juventud. In: CUBIDES, H. J. et al. (orgs.). **Viviendo a toda:** jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Santafé de Bogotá: Fundación Universidad Central, Paidós, 2000. Série Encuentros.

MARQUES, Cíntia Bueno. **Pedagogia do Kzuka:** um estudo sobre a produção de identidades jovens na mídia. 2007. Dissertação (Mestrado em Educação)- Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2007.

MCCARTHY, David. **Arte Pop.** São Paulo. Cosac & Naif, 2002.

MEDIA TUMBLER. Foto: 52 Disponível em: <http://33.media.tumblr.com/5f53e166121adad535714d26e9ce5524/tumblr_mgdjn9RvEd1rfp_hvwo1_500.jpg> Acesso em 10.jul. 2014.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **O visível e o invisível.** São Paulo: Perspectiva, 2000.

MIRANDA, L. L. **A cultura da imagem e uma nova produção subjetiva.** Rio de Janeiro. PUC, 2007.

MIRZOEUF, N. **Una introducción a la cultura visual.** Barcelona: Paidós, 2003.

MOTHER OF THE BRIDE. Foto: 49. Disponível em: <<http://www.motherofthebride.com.br/2011/03/inspiracao-com-orquideas-para-cerimonia.html>> Acesso em 16.jun.14.

NOVAES, Adauto. Imagens Impossíveis. In: Humanidades. V: 49. Brasília: Editora da UNB, 2003.

NUNES, Robson. Fotos: 37. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=59045>> Acesso em: 15 jun. 2014.

O CASAMENTO DA LARI. Foto: 48. Disponível em: <http://ocasamentodalari.blogspot.com.br/2011_09_01_archive.html> Acesso em 15.jun. 2014.

OS GRANDES ARTISTAS. Nova Cultural, São Paulo. 1984.

PALLADIUM RESORT. Foto: 46 Disponível em : <<http://www.palladiumweddings.com/es/package/puj-oceanpearl-2014/>> Acesso em 22.fev. 2014.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **O olhar do estrangeiro.** In: NOVAES, A (org). **O olhar.** São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

PENÃ, Luisa. Foto: 44. Disponível em: <<https://www.facebook.com/phot.php?bid=102019329588334848set=t.713968963&type=38theater>>. Acesso em: 15 jun. 2014.

PINHO, J. B. **Relações públicas na Internet:** técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse. São Paulo: Summus, 2003.

PLAZA, Julio. *Tradução intersemiótica*. São Paulo, Perspectiva, 1987. “Arte e interatividade: autor-obra-recpção”. *Arte e tecnologia da imagem*, nº 3, 2001, p.29-42.

PORTAL CASA DOIS. Foto: 47 Disponível em: <http://portal.casadois.com.br/materiais.php?id_materiais> Acesso em: 15.jun. 2014.

PORTAL SÃO FRANCISCO. Foto: 10. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/historia-da-fotografia/processo-fotografico-12.php>>. Acesso em: 13 out. 2013.

POSSAMAI, Zita R. **Cidade Fotografada**: memória e esquecimento nos álbuns fotográficos – Porto Alegre, décadas de 1920 -1930. Tese defendida junto ao Programa de Pós-graduação em História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UFRGS. 2005.

PRIMO, A. F. T. **Interação mediada por computador**. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RICOEUR, Paul. **Percurso do Reconhecimento**. Edições Loyola. São Paulo, 2005.

ROCHA, Evandro. Foto: 32. Disponível em:<<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

ROCHA, Evandro. Foto: 33. Disponível em:<<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

ROCHA, Evandro. Foto: 34. Disponível em:<<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>> Acesso em: 15 jun. 2014

ROCHA, Evandro. Foto: 35. Disponível em:<<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

ROCHA, Evandro. Foto: 36. Disponível em:<<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

ROSA, Everton. Foto: 29. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evertonrosaphotos/plc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

ROSA, Everton. Foto: 30. Disponível em:<<https://www.facebook.com/evertonrosaphotos/plc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

ROSA, Everton. Foto: 31. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evertonrosa/photos/pl>> Acesso em: 15 jun. 2014.

REDMOND, S. Intimate fame everywhere. In: HOLMES, S; REDMOND, S (eds.). **Framing celebrity**: new directions in celebrity culture. New York: Routledge, 2006. p. 27-43. ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

REGUILLO, Rossana. Las culturas juveniles; um campo de estúdio; breve agenda para la discusión. **Revista Brasileira de Educação**, nº. 23, 2003. SARLO, Beatriz.

RESENDE, Garcia de. **Crônica de D. João II...**, cit., o. 176.

RIVERA, Tânia. **Arte e Psicanálise**. Editora J Zahar . Rio de Janeiro. 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da modernidade**. São Paulo, Paulus, 2007.

_____. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2012. Coleção Primeiros Passos.

SAUSSURE, F. DE. **Course in General Linguistics**, London, Peter Oewen, 1960.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Nova Fronteira, Rio de Janeiro: 2008.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SCHECHNER, Richard. O que é performance? **Revista O Percevejo**, Ano 11, Nº 12, 2003, p. 25-50.

SHAFE. Foto: 16. Disponível em: < http://www.shafe.co.uk/art/Eugene_Disc%C3%A9ri-uncut_sheet_of_cartes-de-visite-_c-_1858.asp>. Acesso em: 13 out. 2013.

SIGNANRES, Luis. Estudo **sobre o conceito de mediação**. In: VIII Compós, 1999, Belo Horizonte – MG, 1999.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SONTAG, Susan; **Sobre fotografia**. São Paulo. Companhia da Letras, 2004.

SOUSA, J. Apresentação do Dossiê: A sociedade vista pelas gerações. **Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política**, Florianópolis: v. 5 n. 8. (p.9 -30), 2006.

SOUZA, S. J.; LOPES A. Fotografar e narrar: a produção do conhecimento no contexto da escola. **Cadernos de Pesquisa**, Rio de Janeiro n. 116, p. 61-80, jul. 2001.

STREHLAU, Suzane. **Marketing do luxo**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SCHWERTNER, Suzana Feldens e FISCHER, Rosa Maria Bueno. “Juventudes, conectividades múltiplas e novas temporalidades”. **Educação em Revista**. Vol.28, n.1, p.395-420, Mar. 2012.

TAPSCOTT, D. **Geração digital: a crescente e irreversível ascensão da geração Net**. São Paulo: Makron Books, 1999.

TERMINATORS. Foto:21. Disponível em: <http://www.terminators.com/artworkprofile/Bragaglia_Anton->. Acesso em: 13 out. 2013.

TURNER, Graeme. **Entendimento da celebridade**. São Paulo. New York. Sage Publication, 2004.

TRAMATROGRAFICA'S WEBLOG. Foto: 17. Disponível em: <http://tramafotografica.wordpress.com/2007/10/23/frase-do-dia-2/>>. Acesso em: 13 out. 2013.

VERÍSSIMO, Gabriela. Foto: 41. Disponível em: <<https://www.facebook.com/evandrorochafoto/phc>> Acesso em: 15 jun. 2014.

VERÍSSIMO, Gabriela. Foto: 42. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=60188>> Acesso em: 15 jun. 2014.

VICENT-BUFFAULT, Anne. **Da amizade:** uma história do exercício da amizade nos séculos XVIII e XIX. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

VIOLETA, Vera. **Blog sobre fotos.** Foto: 13. Disponível em: <http://vintage-ephemera.blogspot.com.br/2011_06_01_archive.html>. Acesso em: 13 out. 2013.

VORRABER, Marisa. C. **A educação na cultura da mídia e do consumo.** Rio de Janeiro: Lamparina Editora, 2009.

WIKIART Visual Art Enciclopédia. Foto: 28. Disponível em: <<http://www.wikipaintings.org/en/anthony-van-dyck/william-ii-prince-of-orange-and-princess-henrietta-mary-stuart-daughter-of-charles-i-of-england-1641>>. Acesso em: 28 out. 2013.

WOOD, Paul. **Arte Conceitual.** Cosac & Naify. São Paulo, 2002.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura:** usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

ZAMBON, Michele. LOPES, Dirce Vasconcellos. **A fotografia como modo de** representação da identidade: dos cartões de visita de Desdéri ao ciberespaço, 2007.

ZARRUK, Fernanda. Foto: 42. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=101522881801489648_set=t.713968938-type=38theather> Acesso em 15.jun. 2014.