

Departamento de História

**SIGA O COELHO BRANCO:
Revelações da matrix fotográfica.**

Janine Calais Duque

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Empreendedorismo e Estudos da Cultura

Orientadora:

Prof^ª Doutora Inês Pereira, Professora Auxiliar Convidada
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientadora:

Prof^ª Doutora Dinamara Garcia Rodrigues, Professora em tempo parcial.
UNIRP-Centro Universitário de São José do Rio Preto, São Paulo, Brasil.

Outubro, 2016.

Agradecimentos

Todo este trabalho não teria se realizado sem a colaborações de algumas pessoas que me ajudaram a trilhar este caminho. Reconheço que, sem o apoio destes companheiros de jornada todo este processo teria sido mais difícil.

Dedico este trabalho à memória do meu avô Paulo Calais e à minha mãe Vera Calais por serem as pessoas que tornaram a realização deste mestrado possível.

Com alegria no meu coração, agradeço a Mic por me jogar no fogo liberador e a Daniel Rodrigues, pelas conversas interessantes e carinho constante.

Agradeço também a minha orientadora Inês Pereira pelo encorajamento nas minhas propostas, pela sua compreensão e paciência para comigo como estudante e, principalmente como pessoa. Minha eterna admiração pela generosidade e sabedoria da minha co-orientadora Dinamara Rodrigues sem o qual este desafio não teria sido possível. E também, agradeço a Prof^a Maria João Vaz pela sua constante disponibilidade e atenção durante todo o curso.

Meu agradecimento especial a Greig Malpass pelo seu amor e dedicação contentes, que fazem a minha vida se tornar muito mais leve e feliz.

E por último, mas não em último, ao meu Eu maior pelo seu amor incondicional e persistência para comigo durante toda esta jornada.

Resumo

Ao longo do presente trabalho analisa-se o signo fotográfico por uma perspectiva histórica e cultural desde a sua invenção, passando pelas suas transformações como signo até o recente cenário de maior democratização da produção fotográfica.

Ao utilizarmos a metodologia semiótica de Charles Peirce direcionada à análise de imagens, procuramos os significados presentes nas representações fotográficas dos seus mais recentes produtores: os usuários da rede mundial de computadores, em particular das redes sociais.

Através de uma contextualização do cenário atual que envolve o uso da tecnologia informática e das características da comunicação em rede, buscamos pontuar algumas transformações nas dinâmicas da comunicação em rede assim como algumas transformações no seu usuário. O objetivo é conseguirmos efetuar através do corpo de imagens fotográficas analisadas semioticamente, uma interpretação da cultura contemporânea.

Palavras-chave: Fotografia; Cultura; Contemporâneo; Semiótica; Signo; Imagem; Rede; Comunicação; Tecnologia.

Abstract

Throughout this dissertation we analyze the photographic sign from a historical and cultural perspective since it's invention, going through it's changes as a sign until the recent scenario of democratization in photographic production. By using semiotic methodology of Charles Peirce and directed to image analysis, we seek the meanings presented in the photographic representations of their latest producers: users of the internet, particularly social media networks.

Through the context of the current scenario, involving the use of computer technology and the features of the networks communication, we seek to point out some changes in network communication dynamics, as well as some changes in it's users. The goal is to use the body of images analyzed semiotically, to make an interpretation of contemporary culture.

Keywords: Photography; Culture; Contemporary; Semiotics; Sign; Image; Network; Communication; Technology.

Índice.

CAPÍTULO I - O PRAGMATISMO DE PEIRCE POR UMA PERSPECTIVA CULTURAL.	5
1. A função da semiótica nesta pesquisa.	5
2. Linguística e a autonomia cognitiva da imagem.	6
3. Dimensões da análise semiótica.	8
4. A semiótica pragmática de Peirce.	9
5. As categorias Peircianas.	10
5.1 Tricotomia fenomenológica da experiência.	10
5.2 O processo da semiose e a relação com as categorias fenomenológicas de Peirce.	11
5.3 A classificação dos signos.	12
CAPÍTULO II - SEMIÓTICA DA IMAGEM.	14
6. Da visualidade à imagem.	14
6.1 As imagens	16
6.2. Imagem como signo	17
6.3 Classificação das imagens enquanto signos.	18
7. Semiótica da Fotografia	19
7.1 O código fotográfico.	20
8. Paradigmas das imagens.	21
CAPÍTULO III - A FOTOGRAFIA POR UMA PERSPECTIVA DE SIGNIFICADO. O SIGNO INDICIAL.	22
9. As primeiras mídias antes da fotografia.	22
9.1. Os primeiros aparatos e a transformação na percepção visual.	23
10. A ficção disfarçada de realidade.	24
11. Algumas das primeiras ramificações da fotografia.	25
11.1. A ato de se fazer representar.	26
11.2. A fotografia de viagem e a fotografia de paisagem.	29
12. Como a arte reagiu ao índice fotográfico.	31

13. Entre a realidade e a imagem: a fotografia como democratização da experiência e fetiche de consumo.	32
CAPÍTULO IV - A FOTOGRAFIA POR UMA PERSPECTIVA DE SIGNIFICADO. DO ÍNDICE AO SÍMBOLO.	34
14. O picturalismo inglês.	35
15. A grande virada.	37
CAPÍTULO V - A FOTOGRAFIA DIGITAL E A ABSTRAÇÃO COMO REGRA.	42
16. Homens políticos, mas de um tipo um tanto especial.	42
17. A imagem digital e o “mundo imagem”.	47
18. A invasão do software.	47
19. Uma época de representações híbridas.	48
20. O consumo autoral.	52
CAPITULO VI. UMA NOVA PERSPECTIVA COGNITIVA NA CONSTRUÇÃO DA REALIDADE.	55
21. O conhecimento por simulação.	56
22. O contexto.	56
23. Os nós (conexões).	57
24. Características do hipertexto.	58
25. Navegar	59
26. A criação.	59
27. Processos de subjetivação.	60
28. A imaginação.	61
CAPITULO VII - SELEÇÃO DAS IMAGENS FOTOGRÁFICAS.	62
29. Critérios de seleção.	62
29.1 O que as pessoas mais compartilham.	62
29.2. Porquê as pessoas compartilham.	63
29.3. Onde as pessoas compartilham.	63
29.4 Quais os temas mais fotografados.	66
30. Características das redes sociais.	68
CAPÍTULO VIII - SEMIÓTICA APLICADA.	69

31. Elementos constituintes do signo.	69
31.1. Os signos e seus fundamentos.	69
31.2. O objeto e suas distinções.	70
31.3. O interpretante.	70
32. Percurso.	71
32.1. Abrir-se para o fenômeno e para o fundamento do signo.	71
32.2. Analisar o objeto imediato do signo.	72
32.3. Acompanhar os níveis interpretativos dos signos	73
33. Algumas considerações pertinentes.	73
CAPÍTULO IX. ANÁLISES SEMIÓTICAS.	75
34. Introdução.	75
35. Análises.	75
35.1. Imagem 1. Selfies individuais.	75
35.2. Imagem 2. Selfie na casa de banho.	79
35.3. Imagem 3. Celebrações.	81
35.4. Imagem 4. Coquetéis.	82
35.5. Imagem 5. Refeições, Porn Food.	84
35.6. Imagem 6. Animais de estimação.	86
35.7. Imagem 7. Vestimenta. Look of the day ou out fit.	88
35.8. Imagem 8. Pôr do sol.	90
35.9. Imagem 9. Pernas. Hot dog legs.	93
35.10. Imagem 10. Asa de avião.	95
CONSIDERAÇÕES FINAIS.	97

Índice de figuras

Fig.1.1 Desenho figurativo sobre o processo da semiose.	13
Fig.1.2 Diagrama das dimensões da experiência Visual.	15
Fig.1.3 Estúdio de André Adolphe-Eugène Disdéri's.	26
Fig.2.3 Retrato de Charles Baudelaire feito por Nadar em 1855.	27
Fig.3.3 Retrato de John Brown feito por Augustus Washington, 1847.	27
Fig.4.3 Comparações de dois retratos retocados em 1895.	28
Fig.5.3 Fotografia da expedição fotográfica de Maxime Duchamp ao Egito, 1849.	29
Fig.6.3 Fotografia do Vale de Yosemite, autoria de Carleton Watkins, 1865.	30
Fig.1.4. Ilustrações das garotas de Charles Gibson, 1900.	35
Fig.2.4 Fotografia de Julia M. Cameron. <i>A passagem de Arthur</i> , 1875.	36
Fig.3.4 Fotografia de Gustave Le Grey. <i>Os ensinamentos da frota francesa de Cherbourg</i> , 1858.	36
Fig.4.4 Fotografia de man Ray para Vigue Paris, 1926.	40
Fig.5.4 Fotografia de Richard Avedon, <i>Dovima com elefantes. Vestido de noite para Christian Dior</i> .	41
Fig.1.5 Fotografia de Juergen Teller, <i>Bork, Spaghetti Nero</i> , 2007.	48
Fig.2.5 Fotografia de David LaChapelle, <i>Série Meditação</i> , 2003.	49
Fig.3.5 Fotografia de Mario Destino para Gucci, 2003.	49
Fig.4.5. Fotografia De Olivero Toscani para Benetton, 2011.	50
Fig.5.5 Fotografia de Ryan McGinley, <i>Gloria</i> , 2003.	50
Fig. 6.5 Fotografia de Thomas Ruff, <i>Nudes</i> , 2002.	51
Fig.7.5 Fotografia de Artie Vierkant, <i>Image Objects</i> , 2011.	52
Fig. 7.1 Ilustração sobre o que as pessoas mais gostam de partilhas nas redes sociais.	62
Fig.7.2 Ilustração a apresentar o facebook como a rede social mais utilizada no mundo.	63
Fig.7.3 Ilustração a apresentar o instagram como segunda redes sociais mais utilizada.	64
Fig.7.4 Gráfico a apresentar o facebook como a rede social mais utilizada por usuários da internet.	64
Fig.7.5 Gráficos a apresentar a média de idade dos usuários em cada rede social.	65
Fig.7.6 Gráfico a apresentar a quantidade de usuários ativos nas redes sociais globalmente.	65
Fig.7.7 Gráfico que demonstra quais temas fotográficos são mais presentes nos perfis dos usuários no facebook e instagram.	67
Fig. 1.9 Imagem analisada. <i>Selfies individuais</i> .	75
Fig.2.9 Ilustração de Gil Elvgren, década de 1950.	78
Fig.3.9 Antes e depois das ilustrações de Gil Elvren.	78
Fig.4.9 Imagem analisada. Selfie na casa de banho. 2016.	79
Fig.5.9 Imagem analisada. Celebrações. 2016.	81
Fig.6.9. Imagem analisada. Coquetéis. 2016	82
Fig.7.9 Bonnard's, <i>Cartaz publicitário para Champagne</i> 1891.	84
Fig. 8.9 Aphonse Mucha, <i>Moet Chandon White Star</i> , 1899.	84

Fig.9.9. Imagem analisada. Refeições. 2016.	84
Fig.10.9. Imagem analisada. Animais de estimação. 2016.	86
Fig.11.9. Imagem analisada. Vestimenta. 2016.	88
Fig.12.9 Imagem analisada. Pôr do sol. 2016.	90
Fig. 13.9 Claude Lorrain , <i>Paisagem com Apolo e Mercúrio</i> , 1645	91
Fig.14.9 Salvador Dalí, <i>Cristo de San Juan de la Cruz</i> , 1951.	91
Fig.15.9 Imagem analisada. <i>Hot dog Legs</i> . 2016.	93
Fig.16.9 Autor desconhecido. <i>Hot dog legs</i> , 2013.	94
Fig.17.9 Imagem analisada. <i>Asa de avião</i> . 2016.	95
Fig 18.9 General Photographic Agency, <i>Passageiros aproveitando uma bebida e um jogo de cartas na cabine de um avião Imperial Airways</i> , 1930.	96
Fig1.10. <i>A modelo plus size Loey na sua conta do instagram</i> . 2016.	102
Fig. 2.10. <i>Garota expõe suas pernas consideradas “muito finas”</i> . 2016.	102
Fig. 3.10. <i>Essena O’Neill, considerada uma celebridade do Instagram resolve apagar todas as suas imagens após revelar que elas não correspondiam a vida real</i> , 2015	102

Introdução

A observação dos fenômenos visuais sempre causou fascínio ao ser humano. Devido as experiências com tais fenômenos, o ser humano desenvolveu linguagens de representação da realidade, criando significados que pudessem além de representá-la, validar a sua veracidade.

Em (308 a.C) o filósofo grego Platão, (Atenas, 427/429 a. C a 348/347 a.C), discípulo de Sócrates, escreveu *O Mito da Caverna extraído de A República*¹, onde nos livros VI e VII apresenta a tão conhecida alegoria da caverna de Sócrates.

Sócrates em diálogo com um dos seus discípulos, o pede para criar através da sua imaginação um cenário enquanto o orienta com a sua oratória para demonstrar que a verdade apenas pode ser atingida através do conhecimento. Para além de apropriar-se de um cenário imaginário, Sócrates utiliza a estratégia da alegoria para representar uma coisa sob a aparência de outra, criando conotações às palavras sombra como símbolo da nossa ignorância, e luz como símbolo do conhecimento. A busca pelo desconhecido, “o inteligível” ao qual Sócrates se refere, é nada mais do que as coisas que o homem ainda não nomeou, não criou significados, ou seja, aquilo que o homem ainda não conhece. Colocar-se diante deste mundo era para Sócrates, uma ato moral.

“Nos extremos limites do mundo inteligível está a idéia do bem, a qual só com muito esforço se pode conhecer, mas que, conhecida, se impõe à razão como causa universal de tudo o que é belo e bom, criadora da luz e do sol no mundo visível, autora da inteligência e da verdade no mundo invisível, e sobre a qual, por isso mesmo, cumprir ter os olhos fixos para agir com sabedoria nos negócios particulares e públicos.” (Platão, O mito da caverna In: A República, Livro VII).

A alegoria da caverna poderia facilmente representar os dispositivos², ou seja, os preceitos a nós determinados, preceitos estes que condicionam nossas percepções e que são diferentes em cada período histórico da humanidade. Sair da caverna é descobrir — além do novo mundo que nós é revelado — que as nossas percepções são condicionadas. Sair da caverna é para além de reconhecer as sombras como projeções das coisas que pensávamos conhecer, é também dar nome as coisas inteligíveis que se colocavam entre a luz e nossos olhos, sombras fantasmagóricas que “libertas do invólucro”, nos manifestam outros conhecimentos, outras dimensões e assim, outras realidades.

O pensamento socrático influenciou profundamente a obra de Platão³. “Idéias para Platão são entidades objetivas que não só existem na nossa mente, como também possuem realidade numa esfera

¹ (Πολιτεία, ou Politeia, no original grego).

² O conceito de dispositivo aqui possui dois significados. O primeiro de (mecanismo destinado a um certo fim) que é amplamente utilizado na linguagem fotográfica para nomear os mecanismos que produzem a imagem. E o segundo é o termo utilizado para a compreensão do mecanismo político contemporâneo aprimorado por Giorgio Agamben, a partir do conceito de dispositivo desenvolvido por Michel Foucault.

³ Platão tratou de vários aspectos da teoria dos signos, definiu signo verbal, significação e contribuiu com idéias críticas para a teoria da escritura.

espiritual além do indivíduo.” (Noth, 1995: 28). Estas entidades poderiam ser no contexto deste trabalho, representações imagéticas que criam realidades nas percepções dos coletivos sociais e que, influem diretamente da realidade empírica.

O potencial da fotografia move-se entre as dimensões da visualidade⁴ e a do saber. E isto faz da fotografia um meio capaz de nos posicionar para fora da caverna, ao nos revelar outras realidades e interpretações porém, por norma física e conceitual é ela mesma, a caverna. No princípio da sua invenção, seu potencial em revelar de novos mundos e de gerar novos conhecimentos foi de encontro com toda uma cultura visual que já havia desde o Iluminismo, se conectado aos valores clássicos do conhecimento. Conhecimento e visualidade são palavras que na formação cultural do Ocidente caminham quase sempre juntas. Todavia, tais conceitos desde o empreendimento dadaísta e da democratização massificada da produção de imagens, mantêm a ideia de realidade e ficção a caminharem paralelamente e que quase sempre, fundem-se num estado vertiginoso. Fazer a dissecação e separar ambos não é tarefa fácil, uma vez que a fotografia não é o real (mas uma emanção e vestígio do real) no entanto, com uma incrível capacidade de criar realidades.

Objetivos

A presente dissertação tem como ponto de partida apresentar o potencial da fotografia como signo de comunicação e culturalização. A intenção é aprofundar a análise dos sistemas de significação da imagem fotográfica e de seus paradigmas conceituais, e enquadrá-los no cenário histórico cultural como exemplo da sua produção como signo. Enquanto a contextualização histórica por uma perspectiva de significação da fotografia nos serve apenas para abrir o caminho para a articulação do nosso pensamento, o objetivo desta pesquisa é de conseguirmos interpretar os signos da cultura contemporânea através de fotografias selecionadas dentro do mais recente cenário da produção fotográfica: o do consumidor/autor que as produz e as compartilha para as suas audiências nas interfaces midiáticas das redes sociais.

Estrutura

Com o objetivo de desenvolver um pensamento articulado para uma mais fácil análise dos objetivos propostos, propõe-se a divisão do trabalho em dez capítulos.

No capítulo I apresentamos a metodologia semiótica, que além de nos servir de estrutura nas análises das imagens, é a base da nossa perspectiva nos capítulos posteriores e por isso achamos lógico que a metodologia ocupasse o primeiro capítulo.

Posteriormente no capítulo II, apresentamos a metodologia semiótica da imagem e o sentido da sua escolha por uma perspectiva da análise cultural.

⁴ A imaginação, também é elemento constitutivo da visualidade de acordo com os estudos apresentados neste trabalho.

No capítulo III, IV, e V, apresentamos a contextualização histórica da fotografia por uma perspectiva dos seus significados.

Para o capítulo VI, nos focamos nas características e nos processos da tecnologia informática como estrutura mediática e de como sua dinâmica pode influenciar a recepção, leitura e produção das imagens fotográficas.

No capítulo VII apresentamos os critérios e as pesquisas realizadas para a seleção das imagens assim como dos temas selecionados.

Para o capítulo VIII, explanamos a semiótica aplicada a imagens, sua lógica e método, como base introdutória dos termos utilizados para o próximo capítulo.

O capítulo IX são as análises aplicadas nas imagens fotográficas selecionadas e o capítulo X, a conclusão.

Metodologia

A escolha metodológica seguida nesta dissertação assenta na revisão bibliográfica de obras de referência, e da metodologia de análise semiótica desenvolvida por Charles Peirce (1839-1914). Visto que a semiótica de Peirce é uma metodologia científica pragmática direcionada a interpretação dos signos, e sendo a interpretação o nosso propósito, é entre as metodologias de análise, a que nos pareceu mais adequada à interpretação dos signos na imagem.

Dividimos a metodologia semiótica em três partes lógicas que ao longo do trabalho articulam-se com os temas abordados nos demais capítulos. Primeiro fazemos uma introdução geral da metodologia no capítulo I, depois passamos para um área de análise específica da metodologia no capítulo II, a semiótica da imagem. E no capítulo VIII, apresentamos a semiótica aplicada a imagem.

Estado da arte

Por ser um assunto que gera grande interesse por parte dos pesquisadores e do público, existe no momento por uma perspectiva global, um número muito grande de artigos a serem publicados a respeito do estado atual da fotografia. No entanto, com o intuito de nos focarmos em obras que dialoguem diretamente com o nosso tema, sem nos perdermos em outros direcionamentos, é que escolhemos citar as seguintes obras.

Dentre as obras bibliográficas que também abordam a fotografia como signo temos *Realidades e ficções na trama fotográfica* de Boris Kossov, 1999. A obra ressalta os processos de criação de realidades que a fotografia possibilita e, por extensão, sua natureza ficcional.

Depois da Fotografia, de Fred Ritchin 2010, é um obra literária que abre uma discussão sobre os perigos e possibilidades da fotografia em uma era digital. Examina as inúmeras maneiras em que a revolução digital alterou fundamentalmente a forma como recebemos informação visual. Investiga o futuro dos meios de comunicação visual e de como a revolução digital transforma imagens em um meio hipertextual, mudando fundamentalmente a maneira como conceituamos o mundo.

A realidade transformada, a fotografia e a sua utilização, 2004. Tese para a obtenção do grau de doutor em Belas Artes na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, de José Antônio Sanches Ramos, Lisboa. O tema central resultante é o da fotografia como instrumento técnico, que permite coleccionar registos do visível, transformando a realidade, enquanto conjunto de estímulos *mutáveis e moventes*.

Exposições

A Invenção de Um Mundo, Centro Itaú Cultural, São Paulo, 2009. Exposição voltada ao recorte do acervo da Maison Européenne de la Photographie, que mostrava os caminhos da foto contemporânea. Apesar de não ser recente, esta exposição foi um dos primeiros estímulos para as reflexões deste trabalho.

Documental Imaginário – Fotografia Contemporânea Brasileira, Instituto Oi futuro. Rio de Janeiro, 2012. Exposição que se propôs a investigar a produção de nove artistas brasileiros e de como as mudanças conceituais consolidaram uma produção vigorosa e de grande apelo estético, num momento em que pontos de vista que polarizam realidade-ficção e documento-imaginação se mostram cada vez menos eficazes. Também foi uma das exposições que colaboraram para as nossas ideias.

Memória do futuro. Diálogos fotográficos entre passado, presente e futuro. Museu do Elysée, Lausanne, Suíça, agosto de 2016. Esta exposição foi uma proposta que o museu do Elysée fez para encorajar artistas contemporâneos a examinar a fotografia como meio, e propõe uma introdução a tecnologia de digitalização 3D. Obras da coleção do museu, novos artistas e tecnologias emergentes se combinam para oferecer uma nova visão da história da fotografia. Apesar de não termos visitado a exposição, acompanhamos os vídeos sobre exposição e os trabalhos dos artistas selecionados.

Imagens ordinárias, Arte Walker, Minneapolis, EUA, 2016. É uma exposição que apresenta desde 1960 uma variedade de práticas artísticas baseadas no conceitualismo, sob a perspectiva de comentários irônicos sobre os bancos de imagens e outras formas industriais de produção de imagens em constante desenvolvimento.

Público, privado, secreto. Centro Internacional para a Fotografia, Nova York, EUA, até 2017. Exposição que apresenta nomes da fotografia como Natalie Bookchin, Cindy Sherman, Nan Goldin, Andy Warhol. A proposta é explorar a noção de privacidade na sociedade contemporânea, e examinando a relação entre identidade própria e visibilidade pública, a exposição apresenta uma vasta gama de trabalhos históricos e contemporâneos, assim como visualizações em tempo real de imagens e vídeos de diversas redes sociais. “A organização não-hierárquica da exposição permite um diálogo entre e sobre a diversidade da cultura visual e fotográfica”, diz a curadora Charlotte Cotton e também referência bibliográfica nesta pesquisa. É uma exposição que também não visitamos mas que se pretende visitar até o final deste ano.

CAPÍTULO I - O PRAGMATISMO DE PEIRCE POR UMA PERSPECTIVA CULTURAL.

1. A função da semiótica nesta pesquisa.

Quando iniciamos os primeiros passos na trajetória desta pesquisa havia apenas a curiosidade de entender as motivações que geravam a grande profusão de imagens na atualidade. Havia o interesse por uma perspectiva cultural, de saber o que as pessoas estavam realmente comunicando através das suas fotografias, uma vez que as imagens começavam a ganhar mais espaço na nossa comunicação com o mundo.

Há cerca de um ano atrás, começamos então a ler artigos sobre a disseminação das imagens fotográficas produzidas recentemente por aqueles que não são fotógrafos profissionais. Logo iniciamos a buscar nos teóricos voltados aos estudos da comunicação, apoio na compreensão do novo cenário onde a sociedade tem atuado no compartilhamento de imagens, a internet. Ao longo dos meses, líamos artigos com estatísticas sobre as plataformas com maior número de usuários e quais as mais utilizadas para o compartilhamento de imagens, quais os temas fotografados mais clichês, assim como os mais pesquisados por outras áreas da ciência, em particular as ciências sociais e a psicologia. Paralelamente, começamos um trabalho de observação metuculoso nos perfis de usuários nas redes sociais, onde buscávamos a presença de mensagens repetitivas, ou seja, imagens massivamente produzidas e compartilhadas que possuíam no seu núcleo o mesmo tema. A cada tema que se repetia em diferentes perfis, íamos pontuando ao longo do ano. Assim que conseguimos nos organizar para decidir o objeto da nossa pesquisa, ou seja, as imagens com os temas mais fotografados e compartilhados nas redes sociais, partimos então para a escolha da metodologia de análise destas imagens.

Para realizar esta pesquisa foi inevitável a dificuldade em saber que linha seguir para interpretar as mensagens visuais da fotografia, com o intuito de alcançar uma compreensão da cultura contemporânea. Pois como menciona Roillé, “No plano das pesquisas das teorias e dos textos, a fotografia é um objeto novo. Tão novo quanto o seu reconhecimento cultural. E em razão disso continua amplamente inexplorada, ignorada ou abandonada por autores e teóricos, tendo o seu interesse e sua complexidade geralmente subestimados. Às vezes também sendo mal tratada ou julgada apressadamente” (Roillé, 2005: 16).

Sendo o ato da interpretação o de conferir sentido, ler uma imagem é atribuir significado, e sendo a fotografia uma representação de um determinada cultura em um determinado tempo, a sua compreensão pode nos orientar à uma abordagem semiótica. Umberto Eco, afirmava que da perspectiva da cultura como comunicação e de uma semiótica igualmente orientada aos processos comunicativos, “A cultura pode ser eternamente estudada sob um ponto de vista semiótico. A semiótica é uma disciplina que pode e deve ocupar-se de toda a cultura.” (Eco, 1972: 40)

Para (Demaria, 2005: 47), a semiótica não se define nem tão pouco se deixa definir com a autoridade intelectual de uma disciplina científica já que não é um campo teórico homogêneo, mas

acima de tudo uma metodologia que admite uma diversidade de métodos e escolas, e exercita diferentes práticas analíticas.

Segundo (Santaella e Nöth, 1997: 16) a semiótica já provou que a significação das mensagens fotográficas é culturalmente determinada e sua recepção necessita de códigos de leitura — como também através de um contexto sócio-histórico, exigindo assim o apoio de outras disciplinas, uma vez que a fotografia não representa apenas o mundo material, mas registram situações e representações, ou seja, as ideias que temos da realidade é mediada pelos significados que criamos do mundo material através do nosso repertório sócio cultural. As investigações das imagens se distribuem por várias disciplinas de pesquisa, tais como a história da arte, as teorias antropológicas, sociológicas, psicológicas, da arte, os estudos das mídias, a semiótica visual, a teoria da cognição. O estudo da imagem é assim um empreendimento interdisciplinar. Para este trabalho, além da semiótica da imagem e da fotografia como disciplinas de avaliação dos dados de significação das imagens, abordagens são feitas através da cultura visual, da filosofia e crítica da fotografia.

Poderia talvez, ser mais apropriado uma abordagem de uma semiótica da cultura para esta pesquisa, no entanto a corrente conhecida como *semiótica da cultura* é uma escola em particular, ligada academicamente as universidades de Tartu, Estonia e de Moscou, Rússia, com especial ênfase na análise nas áreas da linguística e literatura de textos da cultura, sendo Uspensky (1993) um dos mais destacados investigadores desta corrente em particular.

De acordo com (Abril, 2013: 20), a semiótica é uma excelente metodologia para a análise sociocultural, e mais em particular para a análise das imagens e textos visuais, devido a condição de que se a entenda como uma disciplina transdisciplinar e não constrangida pelo princípio do imanentismo. Permite desta maneira adentrarmos na complexidade dos objetos culturais por situar em seu centro um interesse indefinível e relutante a todo objetivismo como é próprio da indagação de sentido, mas também por propor perspectivas como *enunciação, intertextualidade e ação discursiva* que questionam a ideia mesma de *objetos culturais* entendidas como *produtos*, e movimentam a orientação epistemológica para os *processos*.

2. Linguística e a autonomia cognitiva da imagem.

A semiótica é uma ciência recente, que surgiu no século XX junto com outra ciência da linguagem, a linguística — ciência da linguagem verbal. Diferentemente do universo da palavra humana que desde o século XV de Gutenberg foi acompanhada por uma vasta pesquisa sobre a natureza e estrutura da mídia palavra, institucionalmente propagada pelos acadêmicos das artes da gramática, retórica e filologia, os estudos da imagem não criaram uma tradição similar, continuando até hoje sem um suporte institucional de pesquisa que lhe seja próprio.

A história da teoria do signo se desenvolveu na visão de Foucault desde Port Royal no século XVII do modelo de signo triádico dos estóicos a um modelo didático, cuja influência alcançou seu ápice em Saussure. “O conceito de representação se encontra no centro das teorias cognitivas, porém tem sido um conceito chave da semiótica desde a escolástica medieval na qual se referia em geral a várias formas de representação, onde se encontram conceitos muito variados. As delimitações do conceito de representação são variadas e imprecisas, porém situam-se entre: apresentação e imaginação, estendo-se a conceitos semióticos centrais como signo, veículo do signo, imagem, (representação imagética) significação e referência.” (Santella e Nöth, 1997: 15).

A semiologia estruturalista de Saussure, que trata sobre o signo linguístico, em determinado momento reconheceu um campo de fenômenos sígnicos que curiosamente coincidia com a antropologia cultural. “Considerando os ritos, os costumes, e etc. como signos, estes atos aparecem por outra luz e se sentirá a necessidade de agrupá-los na semiologia, de explica-los através desta ciência.” (Saussure 1978: 34-35).

A definição general da semiótica é a de uma ciência de qualquer e toda linguagem, estudando como todo e qualquer fenômeno afeta a mente humana enquanto linguagem. Ciência portanto focada no elemento mínimo de tudo aquilo que é linguagem e, assim sendo, tem o poder de comunicar: o signo, elemento mínimo do construto comunicativo, podendo ser definido como qualquer mínima coisa que, em uma situação de comunicação, represente uma outra coisa, gerando sentidos e permitindo a troca de informação entre os comunicadores envolvidos. Assim sendo, gestos, sinais, palavras, imagens e até mesmo objetos em si podem ser signos comunicacionais desde que estabeleçam produção e decodificação de códigos, gerando sentidos e suas trocas.

No entanto, linguística e semiótica muitas vezes se confundem. Isto devido ao nosso condicionamento histórico de saber analítico produzido pela língua em que nos comunicamos. Acabamos conduzidos à uma legitimação da linguagem verbal, escrita e oral como um saber de primeira ordem. Assim, aderimos a crença de que o nosso conhecimento precisa estar interligado exclusivamente pelas interpretações relacionadas a manifestação da linguística. E basta uma pequena distração, que nos deixamos relegar um saber considerado de segunda ordem, porém mais sensível que as linguagens não-verbais. Distraídos, este condicionamento flui sem que percebamos que existe uma cadeia extremamente vasta e interligada por diversas linguagens, como a linguagem produzida pelos sinais, sons, números, luzes, volumes, movimentos etc. Linguagens estas que se constituem em sistemas sociais, históricos, de visão do mundo, ou seja, culturais.

Vale ressaltar a observação do semioticista Emilie Beveniste (1969), que as imagens são um sistema semiótico ao qual falta uma meta-semiótica. Enquanto a língua no seu caráter meta-linguístico pode servir como meio de comunicação de si mesma transformando-se assim em um discurso auto-reflexivo, as imagens não podem servir como meios de reflexão sobre imagens. O discurso verbal é necessário para o desenvolvimento de uma teoria da imagem.

A semiótica na era do logocentrismo acentua a dependência linguística da imagem, abordando a constante inserção de imagens em contextos-textos, e da necessidade das imagens para recorrerem ao auxílio da linguagem dentro do seu processo de entendimento e interpretação. Outros estudos Janney

& Ardnt (1994) apontam a diferenciação e eficácia da imagem em comparação a linguagem: imagens atuam mais fortemente nos domínios afetivo-relacional enquanto a linguagem apresenta mais fortemente efeitos cognitivo-conceituais. Sendo que o grau da sua *iconicidade* determina a sua eficácia relacional.

Assim sendo, uma vez que nos focamos nas linguagens visuais, e tentaremos nos descondicionar do poder da linguagem verbal, para nos focarmos nas demais, de todas as disciplinas que servirão de suporte e guia para alcançar os resultados pretendidos neste trabalho, nenhuma parece mais pertinente que a semiótica porque, centralizada no funcionamento dos signos, é uma ciência de interpretação.

3. Dimensões da análise semiótica.

De acordo com a distinção clássica o processo semiótico pode ser analisado através da semântica, da sintaxe e da pragmática. Apesar de distintas, estas classes intervêm umas nas outras. Quando consideramos as relações entre os signos e os seus objetos, (segundo a teoria Peirciana), ou entre os significantes e seus significados as expressões e seus conteúdos (em termos de Saussure) adotamos o ponto de vista da semântica.

Se temos em conta a relação entre os signos, adotamos um ponto de vista da sintaxe. Todavia especialistas nos estudos de análise das imagens defendem que os métodos linguísticos no uso sintático na análise de imagens, como os de dupla articulação, são pouco efetivos. “O que são considerados são os aspectos dinâmicos vinculados à própria atividade perceptiva que produz e interpreta o *texto visual*⁵ que não equivalem a unidades funcionais como os fonemas e os morfemas da língua, e se podem entender melhor como movimentos, interações, contrações e expansões no campo espacial visual.” (Saint-Martin, 1994, *apud* Abril 2013, pag. 77)

Por outro lado, segundo (Abril, 2013: 79) se atendermos ao modo como os sujeitos produzem e interpretam os signos, o modo como por meio deles se comunicam em situações determinadas ou na classe de ações que mediante se realizam, estamos considerando as regras pragmáticas. O ponto de vista não é apenas analisar o que diz o enunciado mas o que faz o emissor ao emití-los. A pragmática interessa-se pelos efeitos dos enunciados em uma situação de enunciação e entre estes as respostas a que dão lugar. Em um contexto enunciativo é possível prever uma interpretação que se produzirá no destinatário. Esta previsão forma parte do sentido do enunciado. A pragmática se ocupa também das regras que regem a interpretação dos enunciados e que não resultam somente de conhecimento dos signos das palavras e dos signo visuais mas também do conhecimento que se tem da estratégia do emissor, um conhecimento que forma parte da enciclopédia do intérprete.

⁵ Segundo Abril (2013) os textos visuais são denominações para uma campo diverso e heterogêneo como imagens fixas e em movimento, textos visuais planos (pintura, fotografia) e tridimensionais (escultura, arquitetura, instalações).

4. A semiótica pragmática de Peirce.

Sendo um cientista norte-americano Charles S. Peirce (1839-1914) foi antes de tudo um lógico. “Acaso não seja tão evidente a primeira vista a adaptação das questões culturais na sua teoria, é o pioneiro de uma semiótica pragmática que estava focada na semiótica como um novo órgão científico de validade geral possível de ser orientada ao estudo de qualquer campo particular ou atividade, desde produção textual à qualquer experiência humana. De toda a sua base teórica, no mínimo a sua concepção de *interpretante final*⁶ admite uma leitura culturoológica”. (Abril, 2013: 18).

Também era Peirce um evolucionista muito peculiar, não no sentido mecanicista, ele próprio se autodenominava um idealista objetivo. Isso porque o pensamento evolucionista de Peirce postulava “o crescimento contínuo do Universo na mente humana”. (Peirce, 1974: 154). (Santaella, 2003:7) desenvolve esta ideia explicando que este crescimento contínuo se alicerça, contudo, em bases lógicas radicalmente dialéticas visto que o pensamento humano gera produtos concretos capazes de afetar e transformar materialmente o universo, ao mesmo tempo em que são por ele afetados. E devido a esta ascensão foi que Peirce reconheceu a sua teoria como *Falibilismo*, pois para cada investigador individual, por mais sistemático e rigoroso que possa ser o seu pensamento, é essencialmente falível. Isso nos dá o entendimento da concepção de ciência e filosofia como processos que amadurecem gradualmente, produtos da mente coletiva humana que obedecem às leis de desenvolvimento interno, ao mesmo tempo em que respondem a eventos externos, (novas ideias, novas experiências, novas observações), e que dependem inclusive do modo de vida, lugar e tempo nos quais o investigador vive.

Considerando as observações de Peirce sobre o rigor do investigador e sua possível capacidade de falhar, ponderamos que mesmo sendo a autora desta pesquisa fotógrafa por profissão, os resultados deste trabalho correm o risco de serem fálicos pois não dependem apenas do rigor e do nível de repertório cultural do seu pesquisador, mas acima de tudo estão sujeitas, como menciona Peirce, de se tornarem falhas diante de novas ideias e perspectivas próprias da constante evolução da consciência humana.

Para Peirce o primeiro passo para o seu trabalho filosófico é a fenomenologia. As classificações do signo formuladas pelo cientista são logicamente gerais, Peirce quis generalizar a noção de signo a ponto de não precisar associá-la à mente humana. Tal ideia se alastrou historicamente e culturalmente. Hoje pode-se perceber, principalmente com o advento da cibernética que muito interessa a esta pesquisa, como a ciência Peirciana é útil neste trabalho, uma vez que também iremos abordar uma nova dimensão que a fotografia alcançou a partir dos processos de comunicação em rede.

Vale observar que a fenomenologia, de acordo com Peirce, está totalmente independente das ciências normativas (Estética, Ética, Semiótica/Lógica, Metafísica) embora estas se desenvolvam com base na fenomenologia. Já a fenomenologia como ciência descritiva possui uma abordagem experimental e factual, procurando estabelecer fatos claros e observáveis. Apenas observa os fenômenos e através de sua análise postula as fórmulas ou propriedades universais.

⁶ Conceito que iremos desenvolver melhor no final deste capítulo.

Após a fenomenologia, as ciências normativas se desenvolvem na arquitetura da filosofia peirciana, tendo todas elas a função de distinguir o que deve ou não, ser. Como se sabe a grande função das ciências normativas é explicar as coisas para poder melhorá-las.

Na primeira das categorias normativas de Peirce vem a estética, definindo aquilo que é admirável sem qualquer razão ulterior. Em segundo, recebendo os primeiros princípios da estética, vem a ciência da conduta, a ética. Extraindo das duas primeiras seus princípios, estrutura-se em três ramos a semiótica, teoria dos signos e do pensamento deliberado. Esta tem como função classificar e descrever todos os tipos de signos logicamente possíveis. Por último, aparece a metafísica que vem para definir o que é real. Pois vivendo em um mundo em que forças atuam sobre nós, o real será aquilo que independe das nossas fantasias ou pensamento, será constituído por tais forças que definirão em que, por fim, podemos acreditar. Sendo esta perspectiva a resultante de todo o pensamento filosófico de Peirce.

5. As categorias Peircianas.

5.1 Tricotomia fenomenológica da experiência.

A Fenomenologia é um estudo que se apoia na observação direta dos fenômenos. No entanto não é uma tarefa fácil uma vez que o fenômeno é baseado em tudo o que vem à consciência, seja real ou não.

(Santaella, 2003: 18) argumenta que em princípio Peirce tentou estabelecer uma análise material dos fenômenos a partir das suas características físicas, porém logo percebeu que seria através da análise dos fenômenos mentais que as categorias poderiam ser classificadas em simples e universais. Para chegar às categorias Peirce, com um árduo trabalho intelectual, concluiu que tudo que aparece à consciência assim o faz numa gradação de três propriedades que correspondem a três elementos formais de toda e qualquer experiência. Concebendo como experiência tudo aquilo que se impõe ao nosso reconhecimento. E não confundindo pensamento com pensamento racional (deliberado e autocontrolado), pois este é apenas um entre todos os casos possíveis de pensamento. São no entanto ideias amplas, dinâmicas, e não excluem a variedade de outras categorias. O que se mantém é o substrato lógico de todas estas categorias.

As categorias *fenomenológicas* foram denominadas:

1. *Primeiridade*. Corresponde ao acaso, à primeira impressão, a qualidade que se apresenta ocultando-se do pensamento. Todo fenômeno somente é possível devido à qualidade que possui.

2. *Secundidade*. Para o fenômeno existir é necessário que esteja encarnado em um matéria. A *secundidade* possui o caráter de real, que acontece independente do pensamento, é a reação dos fatos concretos e reais.

3. *Terceiridade*. É a mediação do processo de aproximar o primeiro do segundo em síntese intelectual, inteligibilidade, crescimento.

5.2 O processo da *semiose* e a relação com as categorias fenomenológicas de Peirce.

Na (*primeiredade*), se encontra o *signo*, que representa o que está fora dele que se refere a um *objeto* (*secundidade*). O *signo* e o *objeto* dirigem-se para alguém cuja mente *intérprete* processará sua remessa para outro *signo* ou pensamento onde o seu sentido se traduz (*terceiridade*). Ou seja, aqui está o estágio de interpretação do fenômeno, que resultará no efeito do *signo* (o *interpretante*).

Existem dois tipos de *interpretante*:

O *interpretante imediato*. Que depende da natureza do *signo*, da sua aparência, da sua qualidade, e consiste naquilo que o *signo* está apto a produzir em uma mente qualquer.

E o *interpretante dinâmico*. Que é aquilo que o *signo* representa de real em cada mente singular, cada caso é um caso e depende da natureza e potencial do *signo*. É aquilo que o *signo*, de fato, produz em uma mente qualquer. O *interpretante dinâmico* possui dois níveis:

O *primeiro nível* é onde apenas sentimentos de qualidade são assimilados. Este nível está determinado pelo limite de repertório do *intérprete*. O *segundo nível* é onde se produzirá uma ação concreta como resposta do *signo*. O *interpretante* será aqui um pensamento que traduzirá o *signo* anterior em outro *signo* da mesma natureza de caráter lógico. Este é o que Peirce chama de “*interpretante em si ou interpretante final*”.

De acordo com (Abril, 2013:18) na teoria da *semiose* de Peirce um *interpretante* (a distinguir de um sujeito *intérprete*) é um segundo *signo* que traduz aquele do qual se trata, envolvendo-o em um processo ilimitado de sentido. Como vimos o *interpretante* por ser *imediato*, *dinâmico* ou *final*, segundo as categorias de *primeiredade*, *secundidade* e *terceiridade* que Peirce aplica à análises de qualquer fenômeno. O *interpretante imediato* vem a equivaler-se a um significado, o segundo a um comportamento e o terceiro a um hábito. Peirce explica: “o *interpretante final* é um efeito que seria produzido na mente por um *signo* se este for suficientemente desenvolvido pelo pensamento, o último resultado de um processo interpretativo que de algum modo colocaria limite à irradiação da *semiose* ilimitada, precisamente por tratar-se de um hábito, de uma regulamentação e de uma normalização de comportamento via pensamento, que em mesma medida pode identificar-se com a força construtiva ou normativa da cultura.” (Charles Peirce, 1873: 343 *apud* Abril, 2013:18)

Vale ressaltar dentre estas classificações que a representação como sinônimo de *signo* no modelo peirciano introduz delimitações a conceitos de representação e *signo*. Para *representação pública* refere-se ao *representamem*, veículo do *signo*, exemplo: uma imagem ou uma palavra que representam algo real porém ausente. Enquanto a *representação mental* refere-se ao *interpretante sígnico*. Ou seja, o efeito em uma mente particular gerado pelo *signo*. Exemplo: uma reação ou em um nível mais avançado, uma mudança de comportamento.

5.3 A classificação dos signos.

Segundo (Santaella, e Noth, 1997) os signos pela metodologia peirciana assim classificam-se:

Ícones. Quando um signo aparece apenas como qualidade. E uma qualidade na sua pureza de qualidade, não representa nenhum objeto, ele só pode ser um ícone. Não sendo signos, são quase signo. Por isso também possuem o potencial de se ligarem a signos. Porém apenas em si mesmos, tendem a romper a continuidade do processo abstrato. Mantendo-se no nível de *Primeiridade*.

Hipo-ícones. São signos que representam seus objetos por semelhança. Imagem é Hipoícone. Ex: desenhos, pinturas etc.

Hipoícone de segundo nível: representa as relações entre as partes de seus objetos. Ex: diagrama.

Hipoícone de terceiro nível: Metáforas verbais. Justaposições entre duas ou mais palavras que põe em interseção o significado convencional destas palavras. Ex.: olhos oceânicos.

Índices: são existentes, materiais no tempo presente. Qualquer coisa existente que se apresente diante de nós, concreta, real. São infinitamente afetados e determinados como parte do universo a que pertencem. Indicam o universo do qual fazem parte. Tudo o que existe e apresenta conexão com o todo do conjunto. E só funcionam como signo quando a mente interpretadora estabelece a conexão em uma destas direções. O índice é sempre dual: ligação de uma coisa com a outra. Está em nível de *Secundidade*.

Símbolos. Extraem o seu poder de representação porque são portadores de uma lei que, por convenção coletiva, determina que aquele signo determine o seu objeto. Não são singulares, mas gerais. Denotam uma espécie e não uma coisa em si. São signos em nível de *terceiridade*, pois produzirão no *interpretante* um outro tipo geral que exigirá outro signo. Fazem deslanchar uma remessa de signo a signo, que somente não é infinita porque nosso pensamento de uma forma ou de outra, em maior ou menor grau, está inexoravelmente preso aos limites da abóbada ideológica das representações de mundo que a nossa historicidade nos impõe.

Todas as linguagens da imagem produzidas por máquinas (fotografias por exemplo) são signos híbridos: trata-se de hipoícones (imagens) e índices. São ícones porque estas máquinas são capazes de registrar o objeto do signo por conexão física.

Se sob o aspecto da qualidade estiver predominante representado pelo número 1 na Fig.1.1, página 13, significa que a categoria da primeiridade estará em primeiro plano. Se for o objeto que estiver predominante será a secundidade em primeiro plano, no processo de interpretação do signo. Como também, todas as categorias podem conter sub-aspectos das demais categorias.

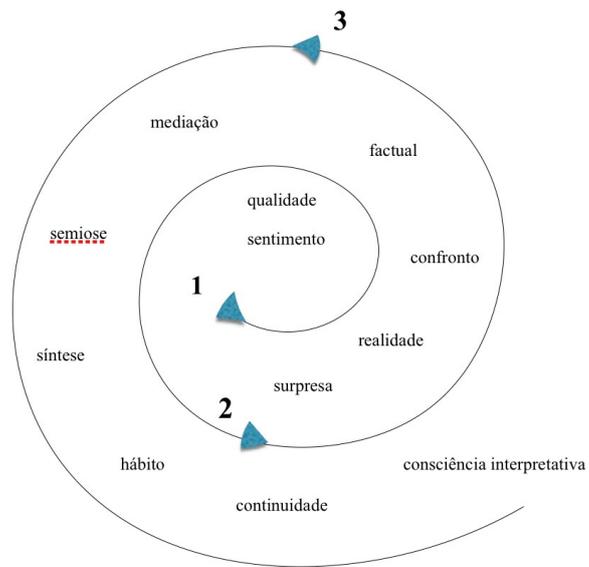


Fig. 1.1 ⁷

⁷ Imagem desenvolvida pela autora deste trabalho.

CAPÍTULO II - SEMIÓTICA DA IMAGEM.

6. Da visualidade à imagem.

A relação empírica do homem com a visão provém de dois fenômenos: o do olhar e o da imagem. Existem diversos regimes de visão que regulam o modo de ver. A visão externa e objetiva humana diretamente relacionada com espaço e tempo abrange apenas uma das diversas ramificações da visualidade. “O ato de olhar vem primeiro que as palavras. É o olhar que estabelece o nosso senso de lugar no mundo a nossa volta; nós explicamos nosso mundo com palavras mas palavras nunca podem nos desligar do fato de que estamos cercados pelo universo da visualidade”. (Berger, 1972: 7).

A visualidade penetra na cultura, alcançando o comportamento, as vestimentas, o senso estético, formando um conjunto de fatores todos possuidores de linguagem própria, mas que se conectam entre si constituindo sistemas sociais e históricos de representação do mundo.

Todo fenômeno de cultura segundo (Santaella, 2003:18) só funciona culturalmente porque é também um fenômeno de comunicação, e considerando que esses fenômenos só se comunicam porque se estruturam como linguagem, pode-se concluir que todo e qualquer fato cultural, toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido.

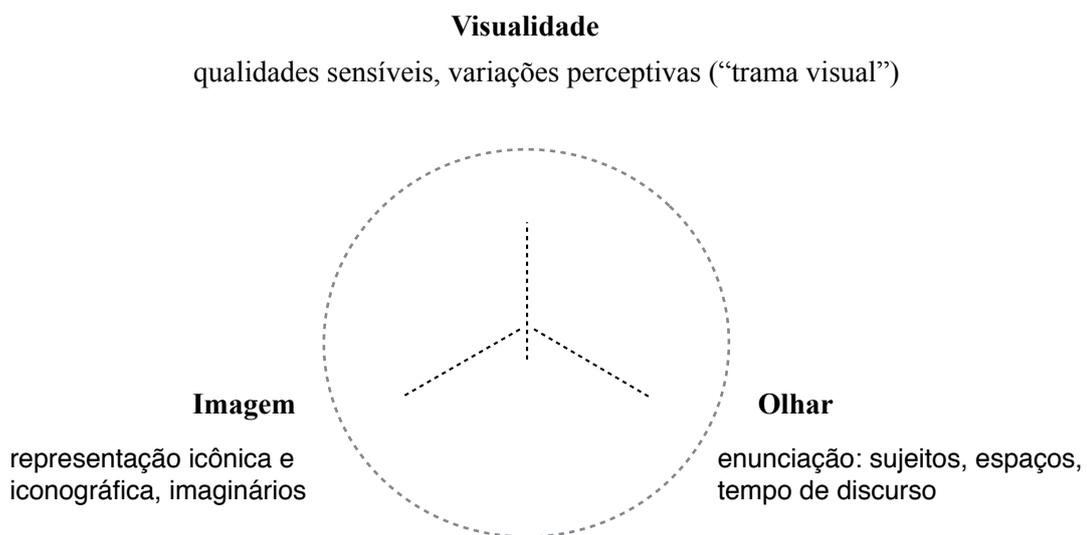
Desde o surgimento da fotografia como meio de linguagem há quase dois séculos, seu caráter peculiar como ferramenta capaz de promover a globalização, de aproximar culturas — no que tange à proximidade visual de culturas desconhecidas — estendeu-se na cultura ocidental, e hoje os ocidentais possuem características visuais muito similares nas suas representações. No que tange à visualidade das culturas de cada país, temos mais pontos que nos assemelham do que nos distinguem uns dos outros. Estes pontos encontram-se facilmente perceptíveis em áreas que utilizam fortemente a fotografia como meio de linguagem para promoverem sua mensagem, são estes o marketing, a publicidade, o design e a moda.

Se como cultura estamos em contínua evolução — seja através da língua que falamos, hábitos que adotamos, recriamos e inventamos, sendo nossa história através do tempo a prova da nossa mudança de mentalidade e visão de mundo a cada nova ideia, tecnologia, acontecimento inesperado que nos sucede, ou um simples novo comportamento que é apresentado a nossa consciência — a fotografia, que tem ao longo da sua história tantas diferentes manifestações e significados, tanto pela noção de real ou irreal que promove, teve e tem o poder de nos influenciar culturalmente, por carregar em si uma mensagem que se comunica à nossa consciência, alterando nossa visão de mundo, e assim nós próprios, nossa realidade. Uma linguagem poderosa que, por possuir os artifícios qualitativos de similaridade com o mundo como o vemos com os nossos próprios olhos, possui força suficientemente capaz de influenciar a nossa percepção, ao ponto de não podermos subestimá-la. Para abordar a evolução e influência da fotografia na cultura é inevitável analisar sua trajetória histórica no que tange

ao universo da cultura visual. Costuma-se identificar cultura visual com “cultura da imagem”, mas o que é certo é que nem as imagens são necessariamente fenômenos da experiência visual, nem a cultura visual se restringe ao domínio da imagem e das operações da imaginação. Uma cultura visual transcende o elemento puramente perceptivo da visão: “o visível tem sempre uma armação invisível”. (Merleau-Ponty, 1970: 81). As representações visuais remetem sempre a um *imaginário* social e por isso a visualidade também existe através da invisibilidade, constituída da visão imersiva, do entrever, e da imaginação.

De acordo com Gonçalo Abril (2013), a cultura visual aborda tudo que se refere à gestão da visualidade, enquanto visão socializada e enquanto organização sócio-histórica da percepção visual, através da regulação de suas funções nos seus usos estéticos, morais, epistemicos, estéticos e políticos. Este modo social de criar e distribuir processos visuais desde tempos muito remotos se constitui de tecnologias que tornam visíveis técnicas de produção, arquivo e reprodução.

Abril também desenvolve um diagrama pra representar as dimensões da experiência visual, que também serve de parâmetro para a análise da cultura.



Distingue-se assim de acordo com Walker y Chaplin (2002: 41-42) a visualidade como algo que não remete apenas à informação ou dados visuais, não equivalendo o seu conceito como o da visão, mas antes de tudo como visão socializada, da relação visual entre o sujeito e o mundo mediada por um conjunto de discursos, de redes significantes, de interesses, desejos e relações sociais.

(Abril, 2013: 51) explica que quando nos referimos à experiência visual que evoca a representação de algo ausente, estamos entrando plenamente no terreno da imagem, porque as qualidades sensoriais estão extremamente associadas, tal como propõe a doutrina peirciana do ícone. Chamamos de “trama

⁸ Disponível em: Cultura visual. *De la semiótica a la política*. Gonçalo Abril, 2013, página 35.

visual” ao conjunto de significantes visuais que conforme o plano da expressão de um *texto visual*⁹ constroem sua coerência e preparam o conjunto se seus efeitos semióticos. Se trata de um tecido de elementos muito heterogêneos (qualidades como cor e textura, relações topológicas etc).

Como se sabe as imagens visuais não se esgotam no visível, há sempre uma relação com o que se sabe ou se acredita, ainda que não se veja. Dentro do visual existem relações daquilo que se deseja ver, ainda que não se veja, como quando o que vemos nos leva a desejar ver outra coisa. Como também vemos através do prisma da nossa cultura, dos nossos sistemas simbólicos, conhecimentos, valores e estereótipos adquiridos através do processo de *culturalização*, e da nossa experiência mais ou menos particular como leitores de imagens. As imagens possuem nelas traços do invisível, marcas do visível reprimido, pressuposto, postergado. Os pintores, fotógrafos, publicitários, sempre exploraram estes conhecimentos para transformá-los em artífices no sucesso de suas mensagens. Para abril “o visual se relaciona com o que se sabe e o que se faz. Da perspectiva cultural (pragmatista) não importa tanto saber *o que significam os textos visuais*, mas acima de tudo o que fazem os emissores ao produzi-los e os receptores ao interpretá-los, de como os sujeitos da comunicação constroem sentido quando inter-actuam com eles”. (Abril, 2013: 58).

6.1 As imagens

Imagens têm sido meio de expressão da cultura humana muito antes do primeiro registro da escritura. Existiu, como é certo, toda uma intrincada trajetória de sentidos desde as cavernas de Lascaux até os meios atuais por onde a imagem circula. No entanto pela primeira vez na história, através de um meio mecânico, somos praticamente quase todos criadores de imagens.

“A ideia de imagem, disse (Marc Fumaroli, 1932) pode ser de uma ambiguidade profunda: Ou se tratar de uma “representação fiel, um duplo verossímil no espelho”, ou de um “falso objeto, um fantasma, um sonho enganoso, uma vaga aparência, um simulacro, uma cópia degradada”. Porém ainda é adicionada aos significados de Fumaroli a denominação de imagem-substituta, a “imagem-signo”, nem fiel reflexo, nem aparência vaga, ao menos na medida em que sua função não é inicialmente acreditar em uma verdade nem tão pouco contradizê-la de forma enganosa ou fraudulenta, mas sim sustentar o intercâmbio e a comunicação entre sujeitos, fazendo viável a mentira, mas também a cooperação, o reconhecimento mútuo e a existência de uma mesma comunidade, ao menos na era da imagem-mundo, o do mundo-imagem, conforme a definição de Buck-Mors.” (Abril, 2013: 40).

Há um tentativa de fundamentar uma ciência geral da imagem na sua relação com a ciência da arte. Mitchell (1986: 1) introduziu um conceito de iconologia como designação para uma ciência do

⁹ O termo utilizado por Abril para texto visual engloba qualquer unidade de comunicação, geralmente multissemiótica. Assim através do sentido etimológico de *tecido ou textura*, considera o termo apto para remeter à “trama” de qualidades visuais que consiste em um primeiro nível de análise de um *texto visual*.

discurso em imagens e sobre imagens, porém é um conceito de abordagem diferente da ciência da arte, onde iconologia é uma disciplina das várias estudadas na ciência da arte. Também Boulding (1956) em seu livro *The image* apresenta uma ciência da imagem chamada *eicônica*, baseada em uma disciplina transdisciplinar de conhecimento abrangente. O desenvolvimento de uma semiótica da imagem teve início na semiologia estrutural. Barthes, por exemplo, desenvolveu sua própria semiótica da imagem baseado em Saussure e Hjelmslev.

O autor de maior compilação sobre o tema, é Sonesson, (1993: 138-141) em sua obra diferencia modelos representativos na mais nova semiótica da imagem com inúmeras contribuições crítico-psicanalistas para o tema. Também há pesquisas sobre temas individuais da semiótica da imagem como as cores, design, gráficos, mapas e cartografia, imagens especulares assim como de desenhos infantis.

A ideia de imagem possui uma dualidade semântica no Ocidente, onde seu conceito compreende uma imagem verbal e mental, distinguindo-se entre representação e imaginação. Imagens mentais, seja como ideias ou modelos desde Platão ou também como sonhos em Freud, podem quase sempre no Ocidente ser valorizadas positivamente já que elas, segundo seus apologistas, são a essência das coisas, do pensamento e da aproximação de Deus. (Santaella, Noth, 1997: 36).

De acordo com (Santaella, Noth, 1997: 15) a ideia semântica é dupla, porém o universo das imagens se divide em três domínios. O primeiro: o domínio das imagens como representações visuais: desenhos, pinturas, gravuras, fotografias, as imagens cinematográficas, televisivas e infográficas pertencem a este domínio. Imagens são objetos materiais, signos que representam o nosso meio ambiente visual. O segundo é o domínio imaterial das imagens na nossa mente. Neste domínio as imagens aparecem como visões, fantasias, imaginações esquemas, modelos ou em geral como representações mentais.. Gonçalo Abril acrescenta um terceiro domínio:

“Ambos os domínios não existem separados, —referindo-se aos dois primeiros — pois estão intrinsecamente ligados na sua gênese. Os conceitos unificadores dos dois domínios da imagem são o conceito de signo e de representação. É na definição destes conceitos que encontramos os dois domínios da imagem, a saber o seu lado perceptivo e o seu lado mental unificados estes em algo terceiro que é o conceito de signo e representação”.(Abril, 2013: 27)

6.2. Imagem como signo

O mero ato de olhar já está carregado de interpretação, pois é resultado de uma interpretação cognitiva. O olhar segue uma orientação de mediação signica que nos possibilita o reconhecimento das coisas que apenas o signo pode nos fornecer. O signo da imagem também se constitui de um modelo triádico.

(1) *Significante visual* (*representamem* para Peirce) se remete ao um (2) *objeto* de referência ausente que evoca no observador: (3) *significado* (interpretante) ou ideia do objeto.

Às vezes a imagem designa o *representamem* no sentido de desenho, fotografia ou pintura. Com o conceito de imagem mental no sentido de uma ideia ou imaginação, nos reportamos à imagem como interpretante se esta for capaz de influenciar nossa interpretação do mundo nos fazendo reagir a esta interpretação ao adotarmos novos hábitos. Exemplo: O corpo idealizado para a mulher pela indústria da moda e da publicidade, que desde o início do século XX divulgam estes ideais em fotografias de moda e publicidade, criando desta maneira valores e comportamentos onde grande parte das mulheres desejam e buscam ter um corpo que correspondam aos mesmos das imagens propagadas.

6.3 Classificação das imagens enquanto signos.

De acordo com (Santaella e Noth, 1997) as imagens quando em figuras puras ou abstratas podem ter a qualidade de signos que representam aspectos do mundo visível em si mesmas, ou seja, sem função icônica são apenas signos plásticos. Não representam nada. Com exceções a algumas imagens icônicas também podem ser consideradas signos plásticos, como exemplo um triângulo ou um círculo que remetem a significados de duro ou mole.

As imagens podem manifestar-se nos três tipos de signos de maneira distinta em diferentes gêneros de imagens. Para a semiótica da imagem, (Santaella e Noth, 1997: 223) apresentam uma adaptação das categorias dos signos nas imagens e que neste trabalho também buscamos esta abordagem devido a ligação lógica com o próprio processo da semiose de Peirce. Em sua tese, Santaella defende que as imagens figurativas como a pintura realista e a fotografia seriam imagens indiciais e não icônicas, devido ao comprometimento com a descrição da “realidade” que representam. De acordo com a autora, as imagens com referência aberta ao *hipoícones* seriam as não figurativas (abstratas). Por possuírem aspectos de primeiridade em primeiro plano. Como *ícone puro* estariam como exemplo as imagens monocromáticas. Em seguida, viriam os *sin-signos* representado o veículo do signo, como exemplo a *action painting* como vestígio do gesto do artista. E por último o *legi-signo* que seriam as imagens que possuem elementos que se combinam através da tensão, contraste, regularidades como simetria e harmonia geométricas, como nas pinturas de Mondrian por exemplo.

As *imagens indexais* seriam a fotografia e a pintura realista, com a *secundidade* em primeiro plano, ligam-se existencialmente ao objeto referindo-se a objetos singulares que realmente existem. Na pintura realista a relação não é causal, mas referencial, sendo um índice degenerado. Já na fotografia o índice é genuíno, pois a relação é causal, pelas leis da óptica com relação ao objeto. Vale ressaltar que de acordo com as suas relações com os sub-aspectos, como representado na Fig. 1.1, página 9, as imagens indiciais podem afastar-se da sua *secundidade* quando uma fotografia por exemplo, possui um quali-signo ou padrões estruturais abstratos em primeiro plano. Ou irem na direção da terceiridade,

quando passando para generalizações, sendo consideradas de acordo com os seus sub-aspecto uma legi-signo indexial.

As imagens simbólicas seriam a pintura iconológica e iconográfica. Imagens simbólicas são dirigidas ao *representamem* e ao interpretante. Em relação ao *representamem* é também um legi-signo à medida em que o seu simbolismo não é determinado de forma singular mas a partir de regras culturais. São imagens que transmitem uma ideia, não de pessoas ou objetos, mas noções gerais, que se chamam personificação ou símbolos. Devido a esta descrição da própria personificação de símbolos, as imagens sintéticas também estariam classificadas como imagens simbólicas, pois com relação às imagens indexais o índice fica justamente em segundo plano, uma vez que a relação não é causal. Apesar da sua manifestação apenas ser possível através da eletricidade sua manifestação depende de algoritmos matemáticos. A física que a gera fica reduzida dada a dominância da matemática na produção das imagens sintéticas.

7. Semiótica da Fotografia

“As fotos são, talvez, os mais misteriosos de todos os objetos que compõem e adensam o ambiente que identificamos como moderno. As fotos são, de fato, experiência capturada, e a câmera é o braço ideal da consciência em sua disposição aquisitiva” (Sontag, 1977: 14).

Os aspectos genéricos da semiótica da fotografia são discutidos na semiótica da imagem. Porém a especificidade da fotografia funciona como ícone por semelhança, e índice por relação causal com a realidade através das leis da ótica.

Apesar do seu alto grau de iconicidade, alguns teóricos questionam sua relatividade semântica. A arbitrariedade relativa à iconicidade da fotografia se refere ao fato de que a percepção das imagens possui elementos culturais. Barthes diz sobre a relatividade semântica da fotografia:

“Nada pode impedir que a fotografia seja analógica; mas ao mesmo tempo o noema da fotografia não está de modo algum na analogia (traço que ela partilha com todos os tipos de representações). Os realistas, entre os quais eu estou, e entre os quais eu já estava quando afirmava que a fotografia é uma imagem sem código — mesmo que evidentemente códigos venham infletir sua leitura — não consideram de modo algum a foto como uma cópia do real — mas como uma emanção do real passado. [...] Perguntar se a fotografia é analógica ou codificada não é um bom caminho para a análise. O importante é que a foto possui força constativa e que o constativo sobre a fotografia inside não sobre o objeto mas sobre o tempo” (Barthes, 1980: 75).

Godman (1968) também questiona o grau de *iconicidade* da fotografia devido à distorção ótica da relatividade cultural.

Peirce defende a ideia de ícone na fotografia por representar os objetos e índice por remeter a uma ligação física. Com relação à *terceiridade*, Peirce diz que a imagem fotográfica é como um predicado que faz afirmação sobre o objeto representado. Humberto Eco (1984: 223) argumenta que não existe ideal de equivalência um por um entre o signo e o mundo, logo que as imagens podem mentir: “Nós sabemos que é possível — com a ajuda de encenações, turrões óticos, emulsão, polarização, entre outros — produzir a imagem de algo que não existe”. “A partir deste repertório de possibilidades (Barthes; 1984: 120-121) concluiu que a fotografia não só representa a realidade mas também a cria e finalmente é capaz de distorcer nossa imagem do mundo representado. Porém também menciona vários argumentos a favor da *iconicidade* da foto. “Segundo ele a foto, ao contrário da pintura não remete somente a um objeto “possivelmente real”, mas também a um objeto “necessariamente real”, pois não se pode negar que o objeto exista. A foto é uma “emanação do referente” e testemunha uma “acontecimento assim”. Resumindo, a imagem fotográfica não é realidade, mas pelo menos sua perfeita analogia, e é esta perfeição analógica que geralmente define a fotografia.” (Barthes 1961:128 *apud* Santaella, Noth, 1997:108-110).

7.1 O código fotográfico.

Santaella e Noth apresentam dois exemplos da relação de controvérsias sobre a existência de um código fotográfico em sua obra: Enquanto Barthes defende que o fato das fotografias serem uma perfeita analogia da realidade é o que as torna uma “mensagem sem código”, sendo a mensagem puramente denotativas, já a imagem midiática é assim por ser trabalhada, editada de acordo com normas profissionais estéticas e ideológicas que possuem fatores conotativos. Por isso Barthes conclui que há na fotografia de imprensa uma mensagem análoga e não codificada junto a uma mensagem codificada, podendo uma mensagem conotada desenvolver-se a partir de uma mensagem sem código. No entanto Lindekens descreve a imagem fotográfica como uma imagem multicodificada, pois ao mesmo tempo em que transmite a informação icônico-fotográfica a fotografia transmite outras mensagens que já possuem seus próprios códigos “biossociais, psicossociais, simbólicos, retóricos, ou linguísticas no nível da realidade apresentada, da analogia referencial.”

Entre os teóricos da fotografia deste período, houve também uma forte referência à indexicalidade da fotografia. Sontag refere-se à indexicalidade da fotografia (mesmo sem utilizar estes termos) em diversas passagens das suas obras.

“Desde o seu início, a fotografia implicava a captura do maior número possível de temas. A pintura jamais teve um objetivo tão imperioso. A subsequente industrialização da tecnologia da câmera apenas cumpriu uma promessa inerente à fotografia, desde o seu início: democratizar todas as experiências ao traduzi-las em imagens “(Sontag, 1977: 18).

Também Dubois, em o *Ato Fotográfico*, baseado-se nas teorias de Peirce desenvolve uma teoria sobre o referente, abandonando as teorias que defendem a fotografia como uma alusão ao real ou como transformação do real mas como *traços do real*, e que possui características de concessão física, singularidade, testemunho enquanto signo indicial.

8. Paradigmas das imagens.

Os paradigmas das imagens podem ser determinados através de diferentes aspectos. Para esta pesquisa abordaremos os paradigmas que determinam como as imagens são produzidas. “Pois são nos seus modos de produção que estão desempenhados os agentes de produção, trazendo consequências para os modos como são armazenadas e transmitidas, pois são estes meios que tornam possíveis a existência de signos.” (Santaella, Noth, 1997: 187).

A classificação dos paradigmas funcionam como parâmetros de comparação para avaliar os significados nas diferentes ramificações da fotografia contemporânea uma vez que cada uma é produzida e distribuída com propostas distintas.

Paradigma Pré-Fotográfico	Paradigma Fotográfico	Paradigma Pós- Fotográfico
processos artesanais	processos automáticos captação de imagens	processos matemáticos de geração de imagens
artista	sujeito que age sobre o real	programador
Pensamento figurado	Pensamento performático	pensamento lógico e experimental
real imaginado através de um sistema de codificação ilusório	reflexo e emanção do mundo físico entre o real e a sua imagem	simulação, metamorfose virtual
efeito simbólico	índice	Ícone (abstracionismo). Porém através da convenção indicial do ecrã (índice) entre o pixel através de uma linguagem algarítmica (símbolo), as três modalidades sígnicas parecem equilibrar-se.
receptor: contemplação, nostalgia, aura	receptor: observação, reconhecimento, identificação	receptor: interação, imersão, navegação

CAPÍTULO III - A FOTOGRAFIA POR UMA PERSPECTIVA DE SIGNIFICADO. O SIGNO INDICIAL.

9. As primeiras mídias antes da fotografia.

Os significados que produzimos são os fatores que nos determinam como seres de cultura, porém estes não aparecem subitamente. Em 1936 quando Walter Benjamin produziu *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica* escreveu: “O tipo e o modo de percepção sensorial humana - o meio em que ela se dá é determinado não apenas natural mas também historicamente”. (Benjamin 1955: 72).

Durante o seu processo evolutivo o ser humano, ao explorar as potencialidades da natureza e da sua realidade, acaba por perceber alterações na própria realidade, levando-o a descobrir tecnologias que criam funções distintas e que ao longo do tempo são transformadas e incorporadas às necessidades do seu criador. As mídias são um bom exemplo deste processo.

Como se sabe, assim que o homem começou a explorar o seu aparelho fonador biológico, fez do som um signo de comunicação, o corpo humano transformava-se então em veículo produtor de significados. Esta fase é conhecida como a era cultural da oralidade.

Quando o ser humano passou a explorar os gestos das mãos, desenvolveu signos visuais e agregou-os à oralidade, surgiram assim, as representações pictóricas que se desenvolveram paralelamente com a escrita; este período ficou conhecido como a era cultural¹⁰ da escrita na sua primeira fase. Inaugurada por Joannes Gutemberg (1398-1468), a segunda fase da era da escrita conhecida como o advento da tecnologia impressa, possibilitou a primeira democratização de uma mídia que era exclusiva das classes de elite, o livro. Tal acontecimento teve um papel fundamental nas eras seguintes. Segundo Santaella (2014), por uma perspectiva da comunicação, *a era da reprodutibilidade técnica* do qual fala Walter Benjamin, não se inicia com o evento da fotografia no século XIX, mas sim no da escrita impressa.

Cada vez que uma nova mídia surge, o processo de adaptação humano cria certa nostalgia como se o novo fosse substituir por completo o anterior. Porém o que se percebe, é que as mídias vão se somando umas as outras ainda que as mais recentes se sobreponham em uso às anteriores. “Que isto fique claro: a sucessão da oralidade, da escrita e da informática como modos fundamentais de gestão social do conhecimento não se dá por simples substituição, mas antes por complexificação e deslocamento de centros de gravidade.” (Lévy, 1995: 5)

¹⁰ “Os pólos da oralidade primária, da escrita e da informática não são eras: não correspondem de forma simples a épocas determinadas. A cada instante e a cada lugar os três pólos estão sempre presentes, mas com intensidade variável. Por que então distinguir três pólos? Porque a utilização de um determinado tipo de tecnologia intelectual coloca uma ênfase particular em certos valores, certas dimensões da atividade cognitiva ou da imagem social do tempo, que tornam-se então mais explicitamente tematizadas e ao redor das quais se cristalizam formas culturais particulares.” (Lévy, 1995: 39)

9. 1. Os primeiros aparatos e a transformação na percepção visual.

Cada era cultural está fundamentada na comunicação. Cada nova mídia é antecipada por uma mudança sensorial que gera a sua invenção e que ao ser assimilada aos processos comunicativos tem a capacidade de promover novos significados, ou seja, de criar novas realidades. Por isso não é de se admirar que a ciência tenha se desenvolvido paralelamente a cultura da escrita impressa.

Ainda nos finais do século XVII foram as obras do filósofo inglês John Locke (1632-1704) e do físico matemático Isaac Newton (1642-1727), que abriram a primeira porta para a cultura do conhecimento. Ambos apropriaram-se do empirismo como base fundamental da ciência e da filosofia e consideravam imprescindível o pensamento racional. Foi através desta liberdade empírica que o filósofo Alemão Joahn Heinrich Schulze, em 1727, descobriu a sensibilidade a luz de certos químicos. Nesta época a química, a ciência que foi essencial para a invenção da fotografia, estava começando a ganhar grande interesse pelo público.

Os meios gráficos começam então a desenvolver uma multiplicidade de estilos, desde dicionários a livros de bolso. Entre o principais pensadores do movimento Iluminista estão os filósofos franceses Voltaire (1694-1778), Jan-Jaques Rousseau (1712-1778) e Denis Diderot (1713-1784). Diderot cria a obra *L'Encyclopédie*, de 1751, com 52 volumes, representando a síntese do empirismo iluminista e da sua ambição de documentar o mundo e o conhecimento humano.

A importância que o século XVIII teve com relação ao conhecimento não refletiu apenas nas ciências, mas foi no próprio ato de buscar conhecimento que se inicia uma mudança na visualidade e assim, de percepção da realidade através de dispositivos. Caixas ópticas, panoramas, como também o diorama tão popular para o entretenimento do público neste período, incitavam o desejo de ver cidades e paisagens distantes. Mas também ensinavam o olhar a ver através da mediação dos aparatos. Foi neste período e através destes dispositivos — e não o advento da fotografia — que se criou o gosto pelas vistas panorâmicas de representação das cidades.

Uma outra observação importante que se inicia no movimento Iluminista e, que poucas décadas mais tarde também irá influenciar a recepção do grande público pelo realismo promovido pela fotografia, foi o nascimento da chamada Pintura de História Contemporânea. Para a pintura histórica desenvolveu-se um conjunto de códigos visuais — pois até então tais acontecimentos históricos tinham sido representados através da alegoria e de símbolos e não pelo retrato da verdadeira cena histórica — a exigir que as pinturas fossem lógicas e reais, formadas pelo rigor na representação de uma cena situada em determinado momento histórico, em que todos os elementos deveriam ser convincentes e adequados ao período. Na pintura, principalmente na pintura holandesa deste período, houve uma apropriação intensa na utilização da câmera obscura com diversos experimentos para a construção da perspectiva e do detalhismo descritivo.

Assim, com o contributo da literatura, dos códigos visuais na pintura histórica e das primeiras mídias óticas, este período transforma-se em uma fase iniciática de educação visual do público, promovendo uma mudança sensorial na percepção do signo indicial, determinado pela sua íntima e

pura relação com o existente, o real. Ou seja, antes do advento da fotografia, a visualidade como coletivo, já estava a se modificar através das ideias propagadas pela cultura iluminista que aspiravam a favor das representações miméticas do mundo empírico como meios ideais de representação.

10. A ficção disfarçada de realidade.

Para uma breve introdução, relembramos que foi em meio a um cenário de cepticismo que a primeira fotografia foi feita em 1826 pelo inventor francês Joseph Nicéphore Népce (1765-1833). Logo Népce associou-se então ao pintor Louis-Jaques M. J. M. Daguerre (1787-1851). Daguerre, foi o inventor do daguerreótipo¹¹ em 1838, e apesar de produzir uma imagem altamente detalhada, sua invenção apenas permitia produzir uma única imagem. No ano seguinte de 1839, o cientista amador britânico William Henry Fox Talbot anunciava um processo baseado em negativo/positivo em uma base de papel que poderia produzir inúmeras cópias a partir de um único negativo e que se tornaria a base da fotografia para os anos seguintes. Em 1841, Talbot registrou a patente ao qual chamou de calótipo. Porém para alguns, a praticidade do calótipo não atingia a qualidade de detalhes do daguerreótipo, e ambas as técnicas foram amplamente comercializadas.

Quase em simultâneo, a fotografia comercial foi introduzida em França e Inglaterra ano de 1839. A ascensão da fotografia na década de 1840, tornou-se a imagem do Positivismo.

Não demorou muito até que Talbot percebesse que a sua invenção não era apenas um processo de registo da realidade e meio científico, mas era também um veículo capaz de criar interpretações que permitiriam inventar novas formas de perceber e entender a realidade. E devido a este pensamento, publicou em (1846) o *Lápis da Natureza*, cujo o lápis era a luz, e onde esboçou ideias que seriam de grande importância do desenvolvimento do meio no futuro. Curioso é que um contemporâneo utilizando o processo de Talbot publica no mesmo ano, a primeira experiência de manipulação ao retocar com o pincel um negativo, o que resultou por excluir da imagem final um elemento, no caso um frade que não havia ficado em um posição nítida com relação aos outros.

No entanto as percepções de Talbot estavam muito a frente do seu tempo. O grande público compreendia a fotografia como mero meio de registar a verdade, as imagens eram consideradas factuais. Crença que se manteve apesar da grande maioria dos fotógrafos nunca negarem desde o início serem eles antes de tudo, produtores de imagens, ao confessar que se apropriavam dos vários artifícios para o seus fins, desde a seleção de motivos que poderiam incluir ou não na sua composição durante o ato fotográfico, da exploração da perspectiva ótica, e etc.

A crença na fotografia como registo puro da realidade permeou de tal maneira o pensamento da época, que foi capaz de ultrapassar dois séculos pois ainda se encontram resquícios desta idealização

¹¹ O daguerreótipo consiste em uma imagem fixada sobre uma placa de cobre, ou outro metal de custo reduzido, com um banho de prata, formando uma superfície espelhada. Trata-se de imagens únicas, fixadas diretamente sobre a placa final, sem o uso de negativo.

na imagem fotográfica. E são várias as razões, primeiro que grande parte das imagens pictóricas produzidas não possuíam a fidelidade descritiva da fotografia quando referiam-se a algo existente. As imagens pictóricas eram na sua grande maioria um simbolismo, uma ideia. O forte carácter de signo indicial na fotografia é predominante e está para a percepção, em primeiro plano. Também, para fortalecer esta crença inicial da fotografia como registo factual, os primeiros processos de realização das imagens fotográficas eram formados por leis de causa e efeito, através dos princípios óticos e da reacção da matéria sensível à luz. O que reforçava a crença de que o ser humano muito pouco poderia influenciar na realização da imagem fotográfica.

Assim que o intérprete reagia às forças do signo indicial, tornava-se convicto das representações como factuais. Foi necessário esperar o avanço do século XX, com uma forte influência do dadaísmo, do cinema e da proliferação massificada do retoque nas fotografias de retrato, para que as intuições de Talbot começassem a ser apreendidas.

A grande ascensão da imprensa pode ser considerada uma das maiores promotoras da fotografia como prova factual. Com o intuito de fornecer a todos o direito da informação, inclusive para os analfabetos, o *medium* fotográfico logo foi incorporado à escrita impressa.

Em 1895 surge o cinematógrafo, uma nova mídia que utilizava a síntese do movimento e jogos óticos, agregada a fotografia e a literatura. O século XIX torna-se então o início da era da comunicação de massas, quando as máquinas se tornam capazes de substituir a capacidade humana de criar linguagens.

11. Algumas das primeiras ramificações da fotografia.

Como o intuito desta pesquisa é abordar os processos de produção fotográfica por uma perceptiva dos seus mais novos produtores: o público¹², e assim tentar alcançar interpretações sobre a nossa contemporaneidade através desta recente produção, se faz necessário demonstrar algumas referências históricas que nas análises desta pesquisa servirão de parâmetro para as conclusões. De acordo com (Abril 2013: 59), não faz sentido falarmos de fotografia de maneira generalizada, a não ser através das suas diversas práticas pois cada um delas possui distinções na maneira de produzir, distribuir e consumir. Ou seja, cada prática responde a uma atividade semiótica diferente, inseridas em contextos precisos e orientada a usos igualmente orientados. Visto que o público tem produzido todo tipo de fotografia na contemporaneidade, é necessário saber o que cada uma das práticas que iremos abordar nas análises representava inicialmente por uma perspectiva cultural e de significado, nos dando base para posteriormente analisar aquilo que se manteve, o que foi substituído, incorporado ou, simplesmente excluído da produção através do público. Esclarecemos que as categorias fotográficas

¹² Designamos por público pessoas que passaram a fotografar mecanicamente sem qualquer conhecimento técnico, ou intenções artísticas e profissionais.

são numerosas e as que estão explanadas neste capítulo relacionam-se com as imagens analisadas nesta pesquisa.

11.1. A ato de se fazer representar.

Assim que entrou no mercado, o processo mecânico de fixação da imagem logo se pôs em serviço da produção em série e da cultura popular feita a medida da Revolução Industrial, a mesma que permitiu a ascensão de uma uma classe média abastada, que ao passar a controlar os meios de produção, logo se quis fazer representar.

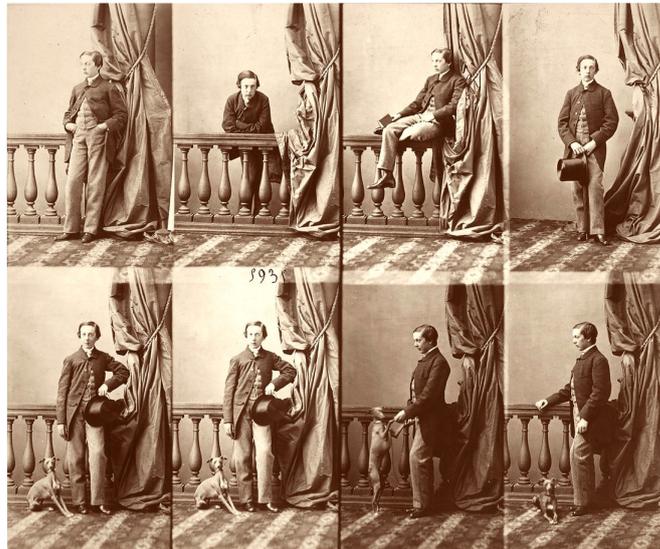


Fig. 1.3 - André Adolphe-Eugène Disdéri's, *Kotchoubey*, 1857-58.¹³

Em 1850, Paris já possuía o maior estúdio retratista de toda a Europa, este pertencia a Adolphe-Eugène Disdéri com lojas em Londres e Madrid. Uma grande equipe de profissionais produziam sem cessar um quantidade impressionante de retratos. O grande sucesso do negócio se deu porque vinha de encontro aos desejos de ascensão da nova burguesia, ansiosa por encontrar na fotografia o mesmos atributos da pintura de retrato até então, propriedade de todo burguês, focada em documentar suas posses e estilo de vida como modo de afirmação social daquilo que eram.

Neste período alguns fotógrafos já começavam a se transformar em celebridades. E uma das suas estratégias para tal, foi a ideia de retratar outras celebridades da época para atender a curiosidade do público. Foi o que fez o caricaturista Gaspar-Félix Tournachon (1820-1910), conhecido como Nadar.

¹³ Disponível em http://www.nytimes.com/2015/02/27/arts/design/review-the-artists-studio-from-refuge-to-gallery-in-shows-at-the-gagosian.html?_r=0

Sua publicação chamada *Le Panthéon Nadar*, foi um compêndio dedicado as mil personalidades mais proeminentes do seu tempo. A obra apresentava várias impressões em série sobre albumina, e entre os famosos encontraram-se particularmente escritores, atores e pintores da Paris boêmia. Esta obra de Nadar foi de grande contributo para a fotografia de retrato. Talvez o seu talento como caricaturista tenha influenciado para a criação de enquadramentos que possibilitaram a criação de retratos com capacidade de representar a essência mística do retratado.

Chareles Baudelaire (Fig. 3.2), foi um dos seus modelos como também uma das personalidades mais importantes a manifestar um dos pensamentos mais críticos e contraditórios com relação a fotografia na sua contemporaneidade. Pois para Baudelaire, “a fotografia entrou em cena como uma atividade arrogante, que parecia ultrapassar e rebaixar uma arte estabelecida: a pintura. Para Baudelaire, a fotografia era “inimiga mortal” da pintura; mas no fim elaborou-se uma trégua, segundo a qual a fotografia era tida como libertadora da pintura.”¹⁴ (Charles Baudelaire, 1848, *apud* Sontag, 1977: 160). No entanto as duras críticas realizadas por Baudelaire, não o impediram de se deixar fotografar inúmeras vezes sob a direção de Nadar.

Também de grande contributo pra o desenvolvimento da fotografia de retrato foram os fotógrafos norte-americanos como Augustos Washington (1820-1875), que buscava representar além dos atributos físicos, a personalidade do retratado. Washington encorajava seus clientes a projetar sua personalidade e ideais na fotografia, como percebemos na fotografia do abolicionista John Brown (Fig. 3.3), de ascendência africana e ativista político. Na imagem Brown aparece com um gesto de juramento segurando uma bandeira do *Subterranean Pass Way*, nome do caminho de ferro clandestino por onde Brown transportava os escravos fugidos para o norte.



Fig. 2.3 - Nadar, *Charles Baudelaire*, 1855.¹⁵



Fig. 3.3 - Augustus Washington. *John Brown*. 1847.¹⁶

Apesar do primeiro registro de manipulação do negativo ter sido feita apenas seis anos depois da invenção de Talbot em 1846, é no final do século que o retoque dos negativos se torna comum nas

¹⁴ Tal libertação referia-se ao fato de que a fotografia permitiu a pintura buscar os caminhos da abstração, uma vez que agora outro meio comprometia-se à cansativa busca pela representação fiel.

¹⁵Disponível em: http://www2.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol5_1/v5-1-article9-roberts.html

¹⁶Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Augustus_Washington_-_John_Brown_-_Google_Art_Project.jpg

fotografias de retrato. Em (1895) os autores Robert Johnson e Arthur Brunel Chatwood publicaram *Trabalho Fotográfico: Artístico e Científico* em que defendiam o retoque das fotografias de retrato, uma prática que já era criticada naquela época, mas que prevaleceu devido sua procura no mercado. A ideia de que a fotografia poderia mentir, tornado mais belos até aqueles que não tinham a sorte de serem fotogênicos, ou seja a maioria, tornava muito mais atraente e popular o ato de se deixar fotografar visto que poderiam ter uma melhor aparência nas fotografias do que na vida real.



Fig. 4.3 Robert Johnson e Arthur Brunel Chatwood, *Untouched and retouched*. 1895.¹⁷

Ao longo do tempo, a presença da câmera fotográfica na sociedade desenvolveu comportamentos que indicam como o ser humano quase nunca consegue ficar indiferente a presença de uma câmera. Isso porque muitos temem a desaprovação da câmera, pois assim como mencionou Barthes, (1980: 20) cria-se um campo cerrado de forças de quatro imaginários se cruzando: “Diante da objetiva, sou ao mesmo tempo: aquele que me julgo, aquele que eu gostaria que me julgassem, aquele que o fotógrafo me julgar e aquele de que ele se serve para exibir sua arte.”

Assim que uma câmera é apontada em direção à uma pessoa, o que acontece na maioria dos casos, é que poucos permanecem em sua naturalidade corpórea. O corpo de imediato muda sua postura, e estas mudanças são relativas de acordo com o tempo e a cultura. Sendo uma reação ainda que inconsciente, automática, a mudança de postura e expressão denunciam a encenação, ou seja, refletem a idealização de como o retratado gostaria de ser registrado: na sua melhor aparência possível e de acordo com as normas de representação do seu tempo. Quando a câmera não lhes devolve uma imagem mais atraente do que elas são na realidade, as pessoas tendem a se sentir frustradas.

Assim que a comunicação em massa começa a se instalar na cultura, a publicidade passa a ser nova referência de auto representação. Em 1900a primeira câmera da Kodak o modelo Brownie, que custava 1 dólar, apareceu no mercado. A campanha de marketing da Kodak divulgou muitos panfletos

¹⁷ Disponível em: http://hoaxes.org/photo_database/image/a_mans_portrait_retouched

para treinar a classe média americana emergente a começar a fazer fotos, e muitas vezes os fotógrafos nos anúncios da Kodak foram retratados expressando sorrisos satisfeitos, o que ajudou a substituir o estoicismo de fotografia de retrato da era Vitoriana vigente até então, por uma expressão mais feliz da cultura de democratização da câmera. Desde então o sorriso, é ainda uma expressão comum em muitas pessoas quando são retratadas.

11.2. A fotografia de viagem e a fotografia de paisagem.

Além do fascínio causado pela fotografia de retrato, a fotografia de viagem e de paisagem encontraram lugar cativo na cultura do século XIX. Tanto a fotografia de viagem quanto a de paisagem foram as grandes impulsionadoras de uma das atividades modernas mais típicas: o turismo. Além de promover o exótico também vinham de encontro com os gostos da época com relação as vistas das cidades e das paisagens naturais ainda inexploradas. O mundo longínquo era agora melhor descrito a cada expedição fotográfica realizada em terras distantes, se tornando mais próximo aos olhos daqueles que para observá-lo precisavam recorrer às poucas gravuras ou desenhos disponíveis nas enciclopédias.

Um dos nomes que iniciaram a fotografia de viagem foi Maxime Du Champ, jornalista parisiense enviado pelo governo francês em 1848 para documentar os territórios franceses em África e Médio Oriente. Du Champ, convidou para esta expedição o seu amigo burguês e escritor Gustave Flaubert autor de *Madame Bovary*, que naquele ano havia abandonado a faculdade e encontrava-se disponível à aventuras.



Fig. 5.3 - Maxime Du Champ, sem título, 1849, Egito.¹⁸

¹⁸ Disponível em <http://www.imaging-resource.com/news/2012/10/30/the-birth-of-travel-photography-du-camp-and-flauberts-1849-trip-to-egypt>

No regresso à França no final da sua expedição 1852, Du Champ publicou mais de 125 imagens da sua expedição entitulado *Egypte, Nubie, Palestine, Syrie* (Fig 5.3). Por ser o primeiro livro de fotografias de viagem do mundo, Du Champ tornou-se famoso do dia para a noite em uma época em que a maioria das pessoas não tinham ideia de como estes lugares pareciam.

Viajar no século XIX era apenas possível aos muito ricos, na maioria aristocratas, que pudessem bancar um *Grand Tour* pela Europa. Mas como todo europeu ou americano com educação possuíam suas referências culturais nas ideias do classicismo grego e romano como também da religião cristã, logo os primeiros turistas bravamente iniciaram *tours* na expectativa de vivenciar a experiência de estar nestes lugares apesar das dificuldades de exploração que encontravam.

No mesmo período, um grande número de fotógrafos norte-americanos especializou-se em fotografia de paisagem para registrar as paisagens naturais que simbolizavam a nação norte americana. Neste aspecto as fotografias de paisagem e de viagem também ajudaram a criar uma nova consciência de patrimônio. Como no exemplo da (Fig.6.3) o *Vale de Yosemite da Melhor Perspectiva Geral*. Os resultados desta expedição entre 1865 a 1866 do fotógrafo Carleton Watkins foram tão arrebatadores que convenceram o presidente Lincoln a criar a reserva natural do parque Yosemite.

Porém em uma sociedade recém industrializada toda experiência se transformava em consumo, e um dos lados predatórios da fotografia situa-se na aliança entre a fotografia e o turismo que também se manifestou de forma evidente nos Estados Unidos antes de qualquer outro lugar. Os turistas que chegavam depois da conclusão da ferrovia transcontinental após a expansão para o oeste em 1869, estavam ávidos por registrar a vida dos índios, invadindo a privacidade das tribos, dos seus ritos sagrados e induziam os índios ao oferecerem dinheiro para que alterassem suas cerimônias com o fim de obterem um material fotográfico mais satisfatório.



Fig. 6.3 Carleton Watkins. *Vale de Yosemite (Melhor Vista Geral)*. 1865¹⁹.

¹⁹ Disponível em: <http://www.gettyimages.pt>

Desde que o turismo no século XIX cresceu em escalas cada vez maiores, tanto viajar como contemplar uma paisagem, atividades estas que colocam as pessoas para fora do seu ambiente habitual, são ocupadas em grande parte pelo ato de fotografar, comportamento este que atinge praticamente toda a sociedade ocidental e também grande parte da oriental. Assim como para os primeiros turistas no século XIX a experiência de vivenciar lugares diferentes da sua própria cultura ainda é na sociedade ocidental, uma referência de poder aquisitivo e cultural da pessoa que viaja. As fotografias servem de arquivo de memória mas acima de tudo são provas destas experiências reforçando a veracidade daquilo que as pessoas vivenciam fora do seu grupo.

12. Como a arte reagiu ao índice fotográfico.

Consequentemente nas artes, o Positivismo resultou em um movimento conhecido como Realismo, uma renúncia a idealização da vida, preferindo mostra-la sem ficção ou embelezamentos, buscando fidelidade as suas características visuais, representaram com crueza a vida moderna desde a pobreza urbana até os lazeres de uma classe média metropolitana e da nova burguesia. Por volta de 1850 surgia o *réalisme* um chamado à nova arte e literatura, iniciado em 1846 quando o crítico e poeta Charles Baudelaire pedia uma arte baseada na vida moderna.

Na pintura de paisagem o Realismo logo evoluiu para Impressionismo. Pois enquanto a fotografia possibilitava registrar um momento no tempo de um mundo em constante mudança, os impressionistas buscaram documentar exatamente o caráter transitório deste mesmo mundo, seu contemporâneo. Era outro registo o que buscavam, o do movimento desta rápida mudança da paisagem, em pinceladas rápidas e ousadas. Na tentativa de registrarem a paisagem e as condições atmosféricas que testemunhavam num dado momento, acabaram por registrar o reflexo da luz (e a cor que ali veiculava) e não os próprios objectos em si. Como interessavam-se mais pela representação da paisagem campestres e urbanas, escolherem trabalhar ao ar livre com seus modelos, abandonando a tradição do estúdio. A busca tão meticulosa por registrar a realidade daquilo que viam foi exatamente o que gerou o abstracionismo do impressionismo. O interesse por uma representação mais direta com os aspectos qualitativos na imagem, foi um caminho em que o signo como ícone, já vinha se apresentando em primeiro plano desde as pinturas de J. M. W. Turner (1755-1851). Porém foi com o aparecimento da fotografia que a pintura começou a migrar por definitivo para a representação do signo icônico.

Quando a era da comunicação em massa começou a se estabelecer na cultura, logo a fotografia levantou questões que viriam a alterar a distribuição e recepção da pintura de maneira irreversível. A idéia de que a fotografia enclausura a arte, está no fato de que a experiência de ver fotografias no geral enfraquece a experiência da pintura. Foram estas questões pertinentes abordadas por Walter Benjamin e Charles Baudelaire. Porém em contrapartida, a fragmentação da pintura promovida pela fotografia foi capaz de transformar detalhes em interessantes composições, proporcionando ao público novas descobertas e satisfações. Pelo lado da sua reprodutibilidade, enquanto para Benjamin a obra perdia a

sua aura cada vez que era reproduzida, esta mesma reprodução alcançou as grandes massas, e apesar de não promover a experiência original da pintura, contribuiu para a sua informação mais acurada ao promover os seus aspectos culturais. Assim afirmou (Sontag, 1977: 163):

“Lamentar que para muitas pessoas, fotos de pinturas tenham se tornado substitutos de pinturas não significa apoiar nenhuma mítica do “original” que se apresenta ao espectador sem mediação. Ver é um ato complexo e nenhuma grande pintura comunica seu valor e sua excelência sem alguma forma de preparação e instrução. Além disso, pessoas que ficam desapontadas diante do original de uma obra de arte depois de vê-la em uma cópia fotográfica são em geral, pessoas que teriam visto pouco do original.”

Como percebemos o acontecimento da fotografia ajudou a transformar de modo decisivo as belas-artes tradicionais e as normas de gosto tradicionais, inclusive a própria ideia de obra de arte.

13. Entre a realidade e a imagem: a fotografia como democratização da experiência e fetiche de consumo.

A fotografia como produto da tecnologia industrial implicou no seu primeiro momento na captura do maior número de temas: fotografia documental, de guerra, jornalística, científica, de paisagem, de viagem, de família, de retrato, do Estado e, cumprindo assim a promessa de democratizar todas as experiências e traduzi-las em imagens. Rapidamente se tornou um fetiche de consumo, uma vez que a experiência proporcionada pelo *medium* estava intimamente conectada a vários aspectos sensíveis da condição humana.

Primeiramente veio de encontro à curiosidade inata do humano, que até então, para tudo aquilo que nunca havia sido visto, apenas poderia ser imaginado, tornando a fotografia um dos principais objetos de globalização cultural ao aproximar o olhar para fragmentos de realidades distantes. Ao congelar o efêmero da experiência visual, serviu de suporte da memória para assegurar com riqueza descritiva o que por condição biológica não nos é permitido. Pelo aspecto da praticidade, facilitou a vida do homem por ser um objeto capaz de descrever, testemunhar e justificar algo existente, ou que aconteceu, aspectos que determinaram o seu uso intenso pelos meios científicos. Potencializou na sociedade o mito de narciso, e serviu de provas que agregavam valor às experiências vivenciadas, como no caso das fotografias de viagens. Mas também foi espelho da decadência humana como nas fotografias documentais e de guerra que surgem exatamente neste período. E rapidamente nas mãos do Estado se tornaram um meio de controle, de vigilância, e por consequência, de poder.

O desenvolvimento da fotografia em sua primeira fase poderia ser analisada entre dois imperativos distintos: a do embelezamento, que é uma herança das belas-artes, e o da verdade, por conexão íntima ao signo indicial. E também por ser uma herança moral idealizada das ciências, adaptado pelos

modelos literários do século XIX e pelas novas profissões que surgiram a partir de então, como a etnologia, o jornalismo, o documentário.

Em ambas as distinções entre o belo e a verdade, o que se esperava na verdade é que as fotografias fossem imagens idealizadas. Pois como esclarece (Sontag 1977: 41): “Fotografar é atribuir importância. Provavelmente não existe tema que não possa ser embelezado; além disso, não há como suprimir a tendência, inerente a todas as fotos, de conferir valor a seus temas”

As fotografias podem distorcer por amadorismo ou pretensões profissionais, mas a fotografia tem uma relação mais acurada com a realidade visível do que outros objetos miméticos. E esta potencialidade de signo indicial é o que a torna, em maior ou menor grau, de ser capaz em algumas das suas práticas, de subverter o sentido da visão para colocar em primeiro plano as ideologias criadoras de um *representamem*, mesmo quando tais práticas tenham o compromisso de retratar a verdade. “Enquanto uma pintura ou uma descrição em prosa jamais podem ser outra coisa que não uma interpretação estritamente seletiva, pode-se tratar uma foto como uma transparência estritamente seletiva.” (Sontag, 1977: 16).

Hoje sabe-se sem espanto, que muitas das imagens produzidas pelo fotojornalismo podem estar sujeitas a alterações dos elementos nas suas composições, isso quando não chegam a ser diretamente manipuladas, questões que desde o início do fotojornalismo ocupam longos artigos sobre moral e ética no compromisso que a prática se propõe em informar a verdade. Quando o projeto fotográfico *Contribuição de Segurança no trabalho das Fazendas* de 1930 foi realizado nos Estados Unidos da América, participaram renomados fotógrafos como Walker Evans e Dorothea Lange. Os fotógrafos ao divulgarem seu trabalho, não tiveram segredos em revelar os seus processos ao público, declararam que tiravam inúmeras fotografias dos meeiros até que tivessem se convencido de ter captado a feição exata, explorando suas próprias ideias de pobreza através de texturas e formas geométricas. Para além dos imperativos nas intenções dos fotógrafos o próprio processo da captação da imagem quando se busca o momento único, espontâneo, um fragmento da realidade, são questionáveis. A fragmentação do espaço/tempo própria do *medim* fotográfico, por regra, contém uma seleção pré ou pós concebida do tema que se intenciona mostrar, fazendo o recorte no que deve ou não aparecer em uma imagem, isso quando a composição da imagem não é induzida a representação teatral. Os fotógrafos ainda que estejam atuando em áreas com o objetivo de retratar a realidade, estão sempre sujeitos por determinantes de gosto pessoal e consciência. O trabalho do fotógrafo busca direcionar, mesmo que minimamente, uma representação na imagem fotográfica que a sua consciência entenda como a representação ideal, que ele entenda como um mensagem que será reconhecida por uma consciência pública. Por uma perspectiva de significado, uma vez que o fotógrafo entende as suas imagens como mensagens que servem para informar aquilo que intencionam, o seu processo está imerso na construção do *representamem*.

Para finalizar, embora as fotografias sejam de fato uma captura fragmentada da realidade, não deixam de ser uma interpretação da mesma. E é isto que faz da fotografia um *medium* de significação, pois a sua execução é direcionada para criar uma mensagem que represente algo que já não está mais ali, e no qual a sua execução depende da intenção do seu produtor.

CAPÍTULO IV - A FOTOGRAFIA POR UMA PERSPECTIVA DE SIGNIFICADO. DO ÍNDICE AO SÍMBOLO.

O final do século XIX o período designado por *Belle Époque* apresentou uma dicotomia cultural entre aqueles que desfrutavam dos prazeres do progresso e crescimento econômico pelos 40 anos de paz que seguiram a Guerra Franco-Prussiana, e aqueles que viam neste mesmo progresso desenfreado os sinais da decadência moral. A sociedade europeia evoluía para a Segunda Evolução Industrial, a fase conhecida como modernidade, onde as cidades eram o seu símbolo, e os camponeses desenraizados abriam-se à novas ideias difundidas pela mídia impressa e pelo aumento da alfabetização. Os cidadãos cada vez mais se identificavam com as ideologias nacionalistas e de reforma social. Os jornais, revistas e livros cresciam em seu poder de persuasão, especialmente quando ilustrados com fotografias.

Este período assistiu a uma forte radicalização de uma auto-imagem europeia de superioridade civilizacional e de raça. As teorias evolucionistas de Darwin explanadas em *Origem do Homem* (1871) onde a vida é “*uma luta da sobrevivência do mais apto*”, reforçaram esta visão de superioridade branca. Paralelamente, a antropologia cultural recusava-se a classificar a sociedade por este ponto de vista, e considerava as sociedades tribais tão complexas e ricas como as ocidentais, indo de encontro àqueles que estavam desiludidos com o progresso desenfreado e que passaram a ver as sociedades tribais como puras e não sujeitas aos males do materialismo. *The Golden Bough*, de Sir James Frazer (1854-1941) foi uma das obras que mais contribuíram para a vasta e diversificada procura espiritual deste período, abordando a espiritualidade e a magia como áreas que se fundiam.

Outra grande força deste período foi o movimento feminista que queria se libertar das convenções da sociedade vitoriana. A emergência da *nova mulher*, termo cunhado em 1890 especialmente pela América nos meios de comunicação, desenvolveram uma imagem visual para a descrever: alta, atlética e independente, vestindo roupas confortáveis inspiradas nos trajes masculinos e sem repressão da sua sexualidade. Porém, como o sexismo predominava inclusive no meio artístico, os artistas homens responderam ao movimento feminista com o seu próprio ideal de mulher, criando o estereótipo da mulher fatal e dominante (Fig.4.1), ideal que o público aderiu visualmente o projetando na moda e costumes da época.

Também um grande número de mulheres artistas surgiu neste período, que não abriam mão da sua feminilidade mas que buscavam uma representação digna da mulher, sem a conotação de objeto de prazer masculino. Como exemplo temos Julia Margaret Cameron (1815-1879), — que apesar de ter fotografado personalidades como Tennyson, Darwin, Robert Browning, e Longfellow — tinha dificuldades de conseguir modelos masculinos, e precisou vender suas obras através de um intermediário londrino, pois era inapropriado para os costumes da Inglaterra vitoriana uma mulher fazer negociações financeiras.



Fig.1.4 Charles Gibson, *Picturest America, Anywhere along the East Coast*, 1900.²⁰

14. O picturalismo inglês.

A importância de Julia Margaret Cameron não está apenas na sua representatividade dentro do movimento feminista, seu trabalho foi um dos que mais representam uma nova ramificação para a fotografia. Iniciado por um grupo de pintores e inspirado nas ideias do pintor Óscar Gustave Rejlander (1813-1875), conhecido como o “pai da fotografia artística” e Henry Peach Robson (1830-1901), outro pintor que conseguiu prestigiado sucesso como fotógrafo, o Picturalismo Inglês, teve início com os experimentos de imagens compostas com colagens e montagens das figuras, porém tais experiências apenas obtiveram resultados artificiais.

Julia Margaret Cameron ainda que desconhecida em sua época, possuía um apurado sentido estético, suas imagens remetiam artistas como Rembrandt e Perugino. Para além da exploração estética Cameron buscou explorar a câmera e os processos de impressão, usando a desfocagem das imagens para criar sentidos oníricos, desafiando assim o mundo masculino da fotografia em que a norma eram imagens nítidas e bem focadas, o que resultou em inflamadas críticas quanto a sua incapacidade como mulher. Uma sociedade que não estava preparado visualmente para assimilar a mensagem de Cameron, que produzia encenações com cenas bíblicas, de Shakespeare e do poeta Alfred Lord Tennyson.

Cameron é hoje uma dos mais aclamados fotógrafos do estilo picturalista juntamente com Gustave Le Grey (1820-1884) que iniciou sua carreira como pintor e assim que começou a explorar a fotografia, foi um dos seus maiores inovadores técnicos sendo o primeiro a usar a impressão dupla. Criou também processos que produziam gradações de tons finos, como também retocava as imagens com pincel

²⁰ Antes da fotografia de moda surgir, o estereótipo de mulher ideal havia sido criado pelo ilustrador Charles Gibson da revista Life. As “Garotas de Gibson” logo tornaram-se ícones e influenciaram toda uma sociedade da época. Elas eram a mulher vitoriana antecipada que usava os cabelos presos mostrando a nuca e o pescoço e espartilhos apertados para criar uma silhueta mais magra e longilínea. Disponível em <http://www.loyno.edu/~kchopin/new/women/gibsongirl.html>

para alterar os tons e remover objetos indesejados. Suas imagens são marcadas pela dramatização dos contrastes.



Fig 2.4 Julia M. Cameron. *A passagem de Arthur* 1875.²¹



Fig. 3.4 Gustave Le Gray - *Os ensinamentos da frota francesa perto de Cherbourg*, 1858²².

²¹ Disponível em: <https://medium.com/@brianscottmackenzie/a-mirror-of-the-victorian-soul-2dbad69d158a#.77xjvbpny>

²² Disponível em: <http://ostenwart.blogspot.co.uk/2013/01/gustave-le-gray.html>

Em 1888, o mundo presenciava a primeira democratização na produção das imagens fotográficas quando a Estman Dry Plate Company, sediada em Rochester, Nova Iorque, introduziu a câmera Kodak, e no mesmo período também surge a câmera reflex possibilitando o fotógrafo ver a imagem pelo visor. O slogan da Kodak “você prime o botão - nós fazemos o resto”, possibilitou as pessoas o ato de registrar aquilo que gostariam sem ter que manipular toda a parte mais complicada e cara da produção que envolvia a revelação em estúdio. Aparecem também neste período, as câmeras manuais com obturadores de diafragma que dispensavam o uso de tripé possibilitando registrar o movimento.

No final do século, surgiram os primeiros estudos críticos e discussões pra classificar a fotografia como forma de arte ou como instrumento de registo da natureza e da documentação da realidade em um mundo em rápido processo de mudança. A popularidade e democratização na produção das imagens fotográficas apenas dificultavam seu questionamento quanto arte. Apesar dos ânimos aflorados, ambas abordagens foram aceitas no meio artístico. Pintores como Delacroix, Turner, Picasso e Bacon utilizaram largamente as fotografias como subsídios de suas pinturas, todavia os receptores da fotografia não imaginavam que a mesma recebia auxílio da pintura, algo que ainda ocorre largamente.

15. A grande virada.

O acontecimento de maior impacto artístico no início do século XX, foi a Primeira Guerra. O racionalismo iluminista, a tecnologia e a ciência ganhavam conotações mais amargas uma vez que ajudaram a produzir mecanismos de destruição em escalas nunca vistas antes. Neste período acontece a ascensão da psicologia. O público reflete grande interesse pelas pesquisas do russo Ivan Pavlov, (1849-1936) eram estudos que indicavam o comportamento humano como fator de condicionamento promovido pelo ambiente e pela experiência. Como também do neurologista Sigmond Freud com suas teorias sobre o inconsciente em a *Interpretação dos Sonhos* de 1900. Tais experimentos atravessaram o meio científico e logo caíram na cultura popular e erudita. Vale ressaltar um dos principais filósofos que contribuíram neste mesmo período de maneira primorosa para o legado sobre os estudos da consciência e da criatividade. Henri Bergson (1859-1941) conhecido principalmente por ensaios sobre os dados imediatos da consciência²³, convenceu muitos pensadores da sua época de que o processo da experiência imediata e intuitiva é mais significativa do que abstrata, e que poderiam ser um meio científico para entender a realidade. Defendeu a importância do aspecto sensitivo do ser, diretamente relacionado à uma componente qualitativa onde o espaço e o tempo dão forma à maneira como manifestamos e apreendemos nossas representações, sendo a consciência quem confere realidade aos dados da experiência. Apesar de Peirce ter se pronunciado na época que não gostava de ser comparado

²³ Suas principais obras que abordam a consciência são *Matéria e Memória* (1896), *Tempo e Livre Arbítrio: Um Ensaio sobre os dados imediatos da consciência* (1889) *A evolução criadora* (1907) e *As duas fontes da moral e da religião* (1932).

a Bergson devido a sua falta de rigor para com a ciência, o fato é que ainda hoje muitos estudiosos vêm mais semelhanças do que diferenças entre os dois filósofos.

O que podemos notar é que as abordagens científicas emergentes desta época como a psicologia, o evolucionismo, a fenomenologia e todos os aspectos que envolvam os mecanismos da representação, percepção, criatividade, e consciência manifestaram-se diretamente na arte.

Enquanto Hugo Ball fundava o *Cabaret Voltaire* em Zurique em 1916, palco das performances que marcaram o movimento dadaísta, em Nova Iorque, artistas divulgavam suas obras e ideias de vanguarda na revista 291, patrocinada pelo fotógrafo e *marchand* de obras de vanguarda Alfred Stieglitz (1864-1946). Ainda que a vanguarda americana não tenha se auto nomeado um movimento, suas semelhanças como o dadaísmo europeu acabou por classificá-la com o mesmo nome.

Como se sabe, talvez o ponto alto do dadaísmo nova iorquino possa ser a *Fountain* (fonte) do parisiense Marcel Duchamp, classificado pelo autor como um *ready made assistido*, um termo formado a partir da roupa *ready-made* americana. Porém, foi com o seu texto impresso no jornal *The Blind Man*, que Duchamp impôs sua obra de maneira que se tornasse um dos trabalhos de maior importância do século XX. Além da fotografia realizada pelo respeitado Alfred Stieglitz, a fotografia da *Fountain*, vinha antes de uma pintura de Marsden Hartley, o que reafirmava a sua pertença ao universo artístico.

Além de ter levantando questões sobre a comercialização da arte e da estetização da vida cotidiana, (que a publicidade se encarregará de ampliar nas décadas finais do século XX, como veremos ao final do trabalho), vale a pena ressaltar o poder transformador da obra de Duchamp através do pensamento. Duchamp afirmava que tomar um objeto da vida cotidiana e apresenta-lo de uma nova maneira, transformaria o seu significado utilitário, transformando-o em algo novo a partir de um novo ponto de vista. Cria-se assim um novo pensamento (significado) associado a este objeto. Por uma perspectiva semiótica a proposta de Duchamp — uma vez que a materialidade e técnica pouco importavam, e sim o contexto em que estavam re-inseridos os objetos — foi empiricamente um jogo que abrangia propostas cognitivas, de percepção e porque não dizer, do fenômeno semiológico. Ele transformou a qualidade do objeto através da sua forma (o apresentando de cabeça para baixo, sua forma acabou por remeter a um outro objeto) destruindo assim sua relação com o índice anterior (de objeto feito para servir de urinol) e lhe dando um novo significado através de uma mudança na percepção da fisicalidade do objeto. Por uma perspectiva semiótica, se um signo pertence a um objeto que possui uma determinada forma física e suas características são as propriedades que o tornam reconhecível, isto significa que, uma mudança na fisicalidade deste objeto assim como na sua nomenclatura, (visto que a legenda designava o objeto como fonte e não urinol) podem ser suficientes para mudar a representação deste objeto e assim, seu sentido. Estes foram os artifícios utilizados por Duchamp para alterar a representação de tais objetos e por consequência, da sua percepção. Os trabalhos de Duchamp possuíam íntima ressonância com o seu contemporâneo Henri Bergson nas questões que abordavam as alterações da percepção.

Duchamp tornou-se uma figura dominante na segunda metade do século XX, servindo de inspiração à artistas de todo o mundo que passaram a produzir obras conhecidas como Arte Conceptual. De

acordo com Charlotte Cotton (2013), a arte conceitual usou a fotografia para transmitir ideias ou atos artísticos efêmeros, como exemplo a performance, sendo que o registo destes atos, muitas vezes aconteciam isolados do público, e fez das suas fotografias objetos de arte nas galerias ou páginas de livros e revistas de arte. Sendo que esta versatilidade e ambigüidade do status da fotografia como documento e evidência de arte tem uma vitalidade intelectual bem usadas pela fotografia artística contemporânea.

Quando Duchamp regressa à Paris em 1922 o dadaísmo estava as vésperas de se transmutar em Surrealismo. As teorias de Freud foram decisivas na formação do movimento surrealista preponderante nos anos 1920 e 1930. O surrealismo à semelhança das artes abstratas que o precederam, procurava revelar a realidade invisível — não espirituais— como os princípios elementais que regem o ser humano, banindo o neoclassicismo da razão, das certezas, de uma realidade observável. Tal realidade foi representada por símbolos nas obras surrealistas.

"A imagem é uma criação pura do espírito. Ela não pode nascer de uma comparação, mas da aproximação de duas realidades mais ou menos distantes." Pierre Reverdy (1889 -1960) ²⁴

Um dos artistas mais importantes do movimento surrealista foi o americano Man Ray (1890-1976) que havia se tornado amigo de Duchamp em Nova Iorque. Apesar da grande variedade de meios com que trabalhava, Man Ray destacou-se através da fotografia pois ao incluí-la no contexto dadaísta onde a ideia prevalecia à técnica, ajudou a estabelecer o *medium* enquanto meio artístico ao mesmo nível da pintura e da escultura, o libertando das restrições figurativas impostas pelos fotógrafos de belas-artes.

Man Ray, encontrou na fotografia de moda²⁵ o seu lado mais criativo. Ao confrontar a depressão causada pela Primeira Guerra do século XX, Ray buscava simbolismos que remetesse à alegria, ao humor, às fantasias, trazendo sempre uma novidade, a cada ensaio um novo experimento que provocava a cultura da época com espontaneidade e originalidade, assim como se buscava no movimento dadá. Diferentemente de outros fotógrafos de moda, as imagens de Man Ray destacavam-se por criar uma linguagem mais conceptual na fotografia de moda que se distanciava da linguagem publicitária tradicional, ao buscar representar não a roupa em si, mas o que ela significava. Este mesmo conceito é ainda adotado na fotografia de moda contemporânea.

²⁴ Poeta francês associado ao Surrealismo e, principalmente, ao Cubismo, do qual se tornou o principal teórico em sua transposição para a Literatura após a morte de Apollinaire.

²⁵ A fotografia de moda na sua primeira fase surge no ano de 1914 até 1950 fazendo da fotografia um instrumento de realização do real e do imaginário para tornar concreto um sonho coletivo dos estilistas: ferramenta indispensável para o desenvolvimento da moda. A figura feminina era co-protagonista em uma sociedade burguesa e masculina. Este período abrange vários estilos como o pictorialismo do Baron Adolphe de Meyer, a teatralidade de Horst e Cecil Beaton, o construtivismo de George Hoyningen Huene, e o surrealismo de Man Ray e Erwin Blumenfeld.



Fig. 4.4 Man Ray, *Vogue Paris* . 1926 ²⁶

A moda cria uma determinada representação estética idealizada para um determinado tempo, e conseqüentemente o corpo ideal para esta representação. A influência da moda principalmente nos ideais de representação do corpo, foi muito mais intensa para mulher, porque desde o início foi direcionada e idealizada para a mulher como notamos nas representações das *Garotas Gibson*. A moda e publicidade se desenvolvem paralelamente neste período, mas alcançam o ápice mesmo após a segunda guerra mundial, quando a mulher entra ativamente no mercado de trabalho, na vida social.

A mulher então deixa de ser a figura frágil e elegante como era representada na maioria das fotografias de moda antes da segunda guerra. A publicidade também direciona-se para a mulher neste momento pois sendo a administradora do lar e também recente fonte produtiva, a mulher se torna o novo consumidor em potencial.

Ainda hoje grande parte da publicidade é direcionada ao sexo feminino. Tanto a moda quanto a publicidade se serviram plenamente da força de persuasão da imagem fotográfica como meio para disseminar suas mensagens e para alcançar seus interesses. Visto que a fotografia para além de representar algo existente e real, pode ser manipulada ao se somar a ideia de realidade, (o signo indicial) e conecta-lo a valores e significados distintos de modo intencional. E assim criar novas representações, e por consequência, novas realidades. O que a moda, a publicidade e mesmo o marketing fizeram, foi desenvolver a partir das ideias de alteração das representações e significados apresentadas pelos dadaístas e surrealistas como Duchamp e Man Ray, a inclusão de outros significados direcionados à recepção do público, com o objetivo de promover o consumo.

²⁶ Disponível em: <http://revista.vogue.globo.com/paristododia/2014/03/um-seculo-de-fotografia-de-moda-na-conde-nast/>

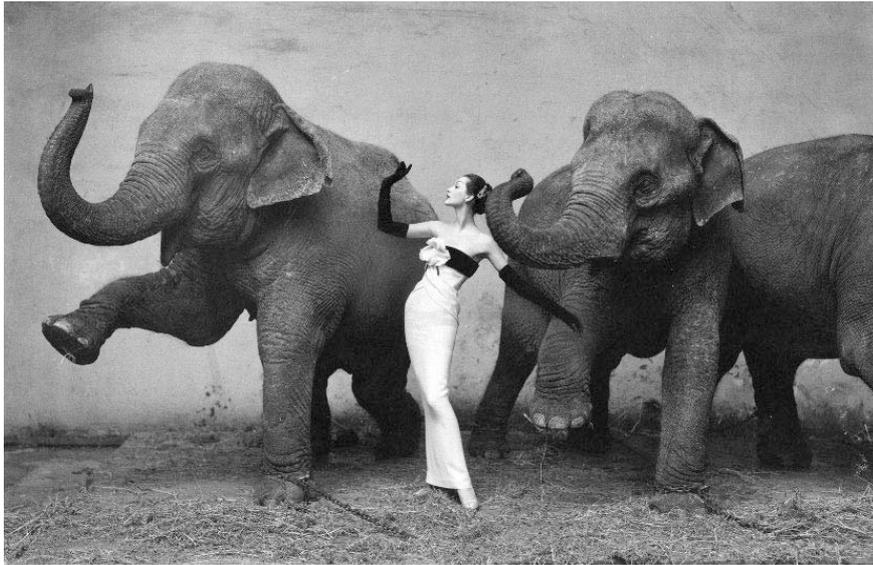


Fig. 5.4 Richard Avedon. *Dovima com elefantes. Vestido de noite Chirlian Dior, 1955*²⁷

Nossa percepção ao olhar para a fotografia (Fig. 4.5), é logo guiada por duas qualidades sendo que uma pode vir antes da outra. Um delas seria a percepção das diferentes escalas entre os elefantes e altura da modelo. A outra qualidade estaria na diferença entre o tecido e a pele da modelo, ambos claros e macios, contrastando com a pele escura e rugosa do animal. Ao observarmos as linhas, a direção dos braços da modelo acompanham as trombas dos elefantes, ou são os elefantes que a imitam? Fato é que os três elementos apresentam-se na mesma sincronia.

A imagem nos prende, não é algo comum uma mulher tão elegante entre animais tão grandes ainda que presos por correntes. Ao expressar-se altiva e calma, as expressões da modelo nos remetem às referências faciais de controle sobre a situação e por isso, de poder. Este poder, é um dos valores que a moda pode inculcar na roupa através das representações. Neste caso, o empoderamento da mulher vai de encontro aos valores da nova mulher pós segunda guerra.

A atitude exigida pela mulher após a segunda guerra, de luta e independência é então associado ao glamour e elegância. É uma construção visual através da representação humana na ascensão de novos valores mas relacionado-os ao comportamento, a apresentação do corpo, e por fim do consumo. Deste a apreensão qualitativa de escalas, contrastes e texturas como atributos do índice que fazem o nosso olhar ser seduzido pela imagem, o *representarem* foi pensado minuciosamente para que a mensagem de associação entre glamour e poder fosse assimilado pelo intérprete ainda que inconscientemente. Os artifícios utilizados pela publicidade, moda e marketing, foram de certo modo e por uma perspectiva de significado, os mesmos utilizados por Duchamp, porém direcionados ao consumo e à ascensão do capitalismo pós segunda guerra.

²⁷ Disponível em: http://modalisboa.pt/noticias/dior-by-avedon_213

CAPÍTULO V - A FOTOGRAFIA DIGITAL E A ABSTRAÇÃO COMO REGRA.

16. Homens políticos, mas de um tipo um tanto especial.

A pós-revolução industrial nos forneceu uma quantidade de máquinas capazes de produzir linguagens. Porém as culturas de massas como o rádio, as mídias impressas, a tv e o cinema promoviam em comum a passividade dos seus espectadores. No início dos anos 1960, os primeiros sistemas militares de teleinformática ainda estavam em experimentações, e os computadores ainda não evocavam os bancos de dados e muito menos o processamento de textos. Até cerca de 1975, os críticos da informática acreditavam que o computador era uma máquina rígida, restritiva, centralizadora. No entanto, desde o começo dos anos sessenta, engenheiros como Douglas Engelbart (1925-2013)²⁸ conduziam pesquisas na direção de uma informática baseada na comunicação, através do trabalho cooperativo e da interação amigável. Em 1979 surgem os primeiros processadores de texto para microcomputadores, assim como a primeira planilha, sem contar com as inúmeras linguagens de programação, jogos e programas especializadas.

A revolução da informática inicia quando o microcomputador se torna composto por interfaces sucessivas, no qual foram agregados aos poucos, acessos a redes cada vez mais vastas, até que a conexão fosse estabelecida com os circuitos sociais e técnico das organizações de trabalho e educacionais. Douglas Engelbart possuía como princípio estratégico essencial — em relação a sua visão a longo prazo — o objetivo da coerência das interfaces, que tivessem a capacidade de articular os sistemas cognitivos humanos através de dispositivos eletrônicos inteligentes, criando uma comunicação com o computador que fosse intuitiva, metafórica e sensoriomotora, em vez de abstrata, rigidamente codificada e desprovida de sentido para o usuário, pois “humanizar a máquina” seria o suficiente para seduzir o usuário em potencial e o ligar cada vez mais ao sistema.

Por volta dos anos 1970 se acentuando nos anos 1980, começam a aparecer pequenos aparelhos, como por exemplo o controle remoto e o video cassete, que ofereciam a opção ao telespectador de escolher e arquivar os temas que desejassem. Ainda que sutilmente, estas pequenas invenções começaram a treinar a sensibilidade e capacidade humana de interação com a mídia, dissolvendo aos poucos o domínio centralizador das culturas de massas e preparando o público para o que estava por vir. Relembramos que a proposta de treinar a sensibilidade humana pode se dar por diversos

²⁸ É conhecido por ter inventado o mouse de computador; por ser um pioneiro na interação entre humanos e computadores, cuja equipe desenvolveu o hipertexto, computadores em rede e os precursores de interfaces gráficas; e por ter se comprometido em defender o uso de computadores e redes para ajudar a solucionar os cada vez mais complexos e urgentes crescentes problemas do mundo atual.

direcionamentos e fontes. Pois como menciona Pierre Lévy, “o transcendental histórico²⁹ está à mercê de uma viagem de barco. Basta que alguns grupos sociais disseminem um novo dispositivo de comunicação, e todo o equilíbrio das representações e das imagens será transformado, como vimos no caso da escrita, do alfabeto, da impressão, ou dos meios de comunicação e transportes moderno.” (Lévy, 1995: 21). Como mencionamos no capítulo IV a arte muitas vezes possuiu um papel ativo nestas transições por ser uma das áreas das representações humanas que mais manipulam os sistemas de signos. Walter Benjamin (1955) menciona que o cubismo estava na verdade preparando a nossa sensibilidade perspectiva para o advento do cinema, pois assim como o cubismo realiza transposições espaciais do objeto em todas as suas traduções, o cinema as faz através do espaço e tempo.

“Tal como para o dadaísmo, o cinema pode dar importantes contributos para a compreensão do cubismo e do futurismo. Ambos surgem como tentativas insuficientes da arte, para empreender a penetração da realidade com aparelhagem. Diferenciadamente do cinema, estes dois movimentos realizaram a sua tentativa, não através da utilização da aparelhagem para a representação artística da realidade, mas através de uma espécie de aliança entre a representação do real e a aparelhagem. Assim se explica o papel preponderante que o pressentimento da construção dessa aparelhagem visual tem no cubismo e o pressentimento, no cubismo, dos efeitos dessa aparelhagem, tal como o cinema os irá concretizar através do rápido desenrolar de película.”. (Benjamin, 1955: 18)

Apenas vinte anos depois, as grandes empresas de informática aderiram aos ideais de Douglas Engelbart como estratégia comercial sob o risco de serem ultrapassados pelos recém-chegados da microinformática, muito agressivos comercialmente. Pierre Lévy (1990), nos lembra que os empreendedores da microinformática não eram apenas técnicos, e de que deveríamos considerá-los não apenas como agentes da “revolução informática” mas como homens políticos, de um tipo um tanto especial. “O que os distingue é o fato de trabalharem na escala molecular das interfaces, lá onde se organizam as passagens entre os reinos, lá onde os microfluxos são desviados, acelerados, transformados, as representações traduzidas, lá onde os elementos constituintes dos homens e das coisas se enlaçam.” (Lévy, 1995: 33). O que seria então a “escala molecular das interfaces”, abstrações? “Onde se organizam as passagens entre os reinos”, seriam códigos? E seriam “representações traduzidas”, os signos? Teriam estes homens algo em comum com Duchamp e Picasso?

Santaella e Noth (1997) dedicam em sua obra um capítulo inteiro sobre como a computação gráfica não só é possível através da abstração, uma vez que sua realização se dá através da matemática, mas

²⁹ A origem do termo está em Kant para transcendental: aquilo através do qual a experiência é possível, Pierre Lévy acrescenta a palavra histórico para determinar a percepção como estrutura da experiência dos membros de uma determinada coletividade.

como também transforma os signos que produz em abstrações. “Pierce chegou a insinuar que a tendência de todas as ciências é aumentarem gradualmente o seu nível de abstração até se saturarem na matemática. O conglomerado de ciências que hoje recebe o nome de ciência cognitiva parece estar no caminho de comprovar essa sugestão. Do mesmo modo, parece haver um tendência atual, em todas as linguagens de caminharem para um modo de estruturação, para uma morfogenese semelhante a da música que sempre foi, aliás a mais matemática dentre todas as linguagens.” (Peirce *apud* S&N, 1997).

Ao penetrarmos na computação gráfica como um gerador de signos, a fotografia talvez seja o *medium* que mais sofreu transformações profundas em todas as suas dimensões. Quando falamos de fotografia analógica (termo mais popular para a fotografia de filme) e digital, estamos a falar das tecnologias e de como os processos são realizados, e não do produto final.

A começar pelo primeiro processo de realização fotográfico, de captação da imagem, a fotografia passou de um processo que era 90% físico (reação da matéria a luz) para um processo 90% codificado em que o filme fotográfico é substituído por um sensor eletrônico que contém pequenas grades com milhões de elementos foto-sensíveis. Quando uma imagem é registrada, um raio de luz incide sobre os elementos foto-sensíveis, que registram a sua intensidade como uma carga elétrica, e a passam por um conversor que transforma a imagem em dados digitais. Para determinar a cor real de cada pixel, a câmera faz uma estimativa com base nos valores medidos em cada elemento fotosensível. A cor de cada pixel é fruto da combinação de três cores básicas: vermelha, verde e azul. Cada uma dessas três cores possui 256 tonalidades, da mais clara à mais escura, que combinadas, geram mais de 16 milhões de possibilidades de cores. Os pixels são agrupados em linhas e colunas, um verdadeiro gráfico, para formar uma imagem.

Quando passamos para a segunda fase, o da revelação e edição, a fotografia por filme se realizava através de um processo físico e químico, já no processo digital a revelação é instantânea no visor da câmera e sua edição se dá por um programa com capacidade de ler imagens com altíssima qualidade (informação) possibilitando inúmeras possibilidades de leitura, alteração e multiplicação. Na terceira fase, o da distribuição, a fotografia analógica estava destinada a um suporte físico, enquanto a fotografia digital não possui limites podendo tanto aparecer em uma suporte físico ou como na sua grande maioria, ser distribuída incontáveis número de vezes entre aparelhos eletrônicos habilitados para a sua decodificação.

Toda imagem eletrônica ou digital é em sua essência abstração. Estudos indicam que a fotografia digital possui analogias estruturais com outros signos mais abstratos, como a música por exemplo. Pois enquanto alguns sistemas de signos se materializam na simultaneidade do espaço, tais como o desenho, a pintura, a escultura, arquitetura, e também a fotografia em suporte físico; outros tomam corpo e se dissolvem na sequencialidade do tempo, tais como a oralidade, a música, o cinema, e a imagem eletrônica em geral. “A negação desta distinção ocorre porque se costuma ignorar que qualquer signo ou linguagem, possuem um grau de objetividade que lhe é próprio e independente, até certo ponto, da existência de um sujeito perceptivo que por sua própria natureza é um provedor de tempo.” (Santaella e Noth, 1994: 91)

Vilem Flusser (1920-1991), quando escreveu *Towards a philosophy of Photography*, (1984) diante a tão debatida questão da existência de um código fotográfico, talvez tenha sido um dos poucos críticos sobre fotografia que a tenha abordado por uma perspectiva da sua produção e não apenas pela perspectiva da sua leitura e recepção, como a maioria dos críticos sempre fizeram.

“Nas imagens tradicionais, podemos reconhecer facilmente que nós estamos lidando com símbolos. Um pintor por exemplo, está interposto entre a imagem e o seu significado. Um pintor elabora os símbolos da imagem na sua mente, e ele transfere este símbolos através de um pincel aplicando-os em uma superfície. Nas imagens técnicas, há um fator que se interpõem entre a imagem e o seu significado, a câmera a o homem que a utiliza. Este factor é a “operação do aparato” que não parece interromper a relação entre a imagem e o seu significado. Este mundo operativo, “parece ser visto”, mas o que ocorre durante esta passagem do “in put” e do “out put” permanece escondido. De fato, o processo de codificação das imagens técnicas acontecem dentro da câmera escura e qualquer crítica a respeito do que se realiza dentro da câmera, pode ser falha caso não se reconheça isto, e permaneceremos iliteratos com relação as imagens técnicas.” (Flusser, 1984: 10)

Flusser explicita que enquanto as imagens tradicionais como pintura, são simbólicas porque se realizam primeiramente através da imaginação, as imagens fotográficas, técnicas, apenas podem ser realizadas através de um mecanismo pré-determinado por códigos. Mesmo a fotografia analógica possui sua dimensão codificada, pois apenas através das medições entre intensidade e velocidade da luz, a captação da fotografia é possível. A diferença é que na fotografia digital todo o processo de captação até o produto final se realiza massivamente por codificação. Com bits compomos as imagens, textos, sons, arranjos, sobrepomos e interligamos nossos pensamentos ou nossos sentidos. O suporte da informação é infinitamente leve, móvel, maleável, inquebrável. O digital é uma matéria, se quisermos, mas uma matéria pronta a suportar todas as metamorfoses, todos os revestimentos, todas as de formações. Lévy (1995) fez algumas observações sobre o estado que nos encontraríamos com relação a tecnologia digital:

“Mais que nunca, a imagem e o som podem tornar-se os pontos de apoio de novas tecnologias intelectuais. Uma vez digitalizado, a imagem animada, por exemplo, pode ser decomposta, recomposta, indexada, ordenada, comentada, associada no interior de hiper documentos multimídias. É possível (será possível em breve) trabalhar com a imagem e o som, tão facilmente quanto trabalhamos hoje com a escrita, sem necessidade de materiais de custo proibitivo, sem uma aprendizagem excessivamente complexa. Discos óticos ou programas disponíveis na rede poderão funcionar como verdadeiros kits de simulação, catálogos de mundos que poderão ser explorados empiricamente, através de

imagens e sons sintetizados. Em breve estarão reunidas todas as condições técnicas para que o audiovisual atinja o grau de plasticidade que fez da escrita a principal tecnologia intelectual.” (Lévy: 1995:63)

A revolução que presenciamos com relação a fotografia a partir de então, manteve a estrutura da câmera fotográfica a mesma, — poderia ser diferente, mas a indústria da imagem digital achou mais viável manter a estrutura das câmeras por um questão comercial e visando atender toda uma tradição na maneira de se pensar e captar a fotografia, — até que aconteceu a ascensão do smartphone e da câmera do smartphone. O smartphone se transformou em uma "câmera" a partir de uma peça de hardware em um aplicativo de software. A "câmara" de hoje é uma aplicação de software de muitos em execução no sistema operacional do dispositivo, aproveitando um par dos muitos sensores incorporados no dispositivo. Quando se reduziu a câmera para um aplicativo entre muitos e um sensor entre muitos, conectado a todos os outros aplicativos e sensores, se começou a criar formas muito interessantes para alterar a substância das imagens por tecnologia móvel. Por exemplo, o iPhone de hoje tem sensores para detectar a umidade, luz ambiente, proximidade, movimento (acelerômetro) e orientação (o giroscópio), e talvez em breve, sensores para a atmosfera. Emparelhado com tecnologia de conectividade (celular, WiFi, Bluetooth, iBeacon, NFC, etc.) e acesso a uma rede de informação, a câmera de hoje não é apenas um sensor de imagem e uma lente, mas a combinação de todos estes sensores e aplicativos conectados por meio de sistemas operacionais em constante evolução. Nós começamos a usar essas tecnologias para adicionar dados contextuais e estruturadas para fotos, no momento da captura ou depois: localizações, rostos, cenas, por exemplo. Inovações contínuas em lentes, sensores de imagem, processadores e hardware de computador irão levar a câmera a novas formas e lugares em futuro muito próximo.

O próximo passo da fotografia computacional irá se mover da intenção de realizar as melhores imagens possíveis, para fazer outras espécies de fotografias. Visualmente, nós estamos começando a ver isso com a fotografia *Lytro*, onde há a capacidade de capturar e processar várias profundidades de campo em um único artefato fotográfico, ou nas pesquisas na área da *femto-photography*, um novo tipo de imagem que possui um processo tão rápido capaz de visualizar o mundo um trilhão de frames por segundo, e tão detalhadamente que mostra a própria luz em movimento. Esta tecnologia pode um dia ser usada para construir câmeras que podem captar áreas fora do campo de visão para além dos 180° ou ver o interior do corpo sem raios-X. Todas estas tecnologias não estão mudando apenas a performance da fotografia, mas principalmente o significado da fotografia. Uma vez que as fotos são bits digitais, as opções técnicas para fotos expandem-se para o que quer que nós podemos fazer com bits (armazenar, compartilhar, combiná-los, etc.), e na sua dimensão signíca são as interpretações visuais que os artistas de amanhã irão adaptar às suas criações.

17. A imagem digital e o “mundo imagem”.

A interface digital certamente amplia o campo do visível. Permite ver modelos abstratos de fenômenos físicos ou outros. A infografia, representa certamente algo a mais que uma automatização da pintura ou do desenho, uma vez que reúne todas as técnicas de tratamento e de criação de imagens. No momento presenciamos uma avanço crescente da autonomia dos usuários da informática e do software, dos diversos programas de manipulação infográfica, inclusive uma infinidade de aplicativos para edição de imagens nos smartphones desde gráficos, mapas, fotografias, desenhos, como também de discretas transformações como a introdução de ícones “emotions” na escrita automática. O que vemos é uma verdadeira cultura da imagem ampliando seu espaço de ação a partir da revolução digital, e a fotografia é apenas um dos seus elementos. Em 1995 Pierre Lévy já previa o que hoje estamos a presenciar com relação a comunicação no “mundo imagem”:

“ A imagem digital também é o complemento indispensável da simulação, e sabemos o papel que esta última tem hoje na pesquisa científica. Em alguns decênios, todos os terminais terão interfaces gráficas avançadas. Neste momento mesmo, está nascendo sob nossos olhos uma nova ideografia; algo como uma escrita dinâmica à base de ícones, de esquemas e de redes semânticas. Estamos na fronteira, cada vez mais tênue, entre o domínio da imagem e o da informática, esperando a livre associação das interfaces. É preciso pensar as mutações do som e da imagem em conjunto com as do hipertexto e da inteligência artificial. Conexões e reinterpretações serão produzidas ao longo de zonas de contato móveis pelos agenciamentos e bricolagens de novos dispositivos que uma multiplicidade de atores realizarão. Os grandes impressores do século XVI eram ao mesmo tempo letrados, humanistas, técnicos, e exploradores de um novo modelo de organização do saber e das trocas intelectuais. Devemos imaginar que, em relação às novas tecnologias da inteligência, estamos diante de uma época comparável à Renascença.” (Lévy, 1995: 66)

18. A invasão do software.

A facilidade de trabalhar com o audio visual ao qual Lévy mencionava, refere-se basicamente as possibilidades atribuídas ao software. Todos os dias aparecem contínuas inovações, novos aplicativos, novas programas aptos a nos servirem em comodidade, funcionalidade, e entretenimento. No domínio da programação, a fotografia computacional está criando avanços enormes para a nossa capacidade visual de captura e representação do nosso mundo. Apenas vinte anos depois da previsão de Lévy, Marc Andreessen (2011) escreveu “Por que o software está comendo o mundo?”³⁰, observando e profetizando como software foi transformando as indústrias. O software alterou fundamentalmente

³⁰ Disponível em: <http://www.wsj.com/news/articles/SB10001424053111903480904576512250915629460>

nossas vidas, e talvez em nenhum lugar isso é mais evidente do que na fotografia, onde podemos ver e experimentar o impacto de inovações dos softwares de imagens cada vez que tiramos, vemos e compartilhamos uma fotografia. Em 1999, as pessoas em todo o mundo tiravam cerca de 80 bilhões de fotos, em 2016³¹, estima-se que as pessoas irão compartilhar ou armazenar mais de 2.5 trilhão de fotografias.

Esta mudança de comportamento tem espelhado mudanças económicas e financeiras maciças na indústria, e esse é o ponto de observação de Andreessen e sua atividade de investimento e, de como o software interrompe e transforma cadeias de valor, gerando significados sociais transformadores.

Para a nossa pesquisa, o que devemos observar é que o significado da fotografia não mudou apenas através da tecnologia, mas acima de tudo através de uma mudança de comportamento: as fotografias foram inseridas nos processos de comunicação de outras tecnologias do saber, e hoje estão a interferir, substituindo, somatizando e ou, subtraindo textos, uma vez que fazem parte do fluxo contínuo e interminável do fluxo comunicativo. Todas estas transformações têm mudado não apenas a maneira como nos comunicamos, mas também a forma como interpretamos as fotografia, como nós a distinguimos nas diversas dimensões significativas que atua, e principalmente no valor que atribuímos as imagens em geral.

19. Uma época de representações híbridas.

Após a guerra no Vietnã em 1979, quando se inicia o avanço da informática e as culturas de massas perdem sua força centralizadora, paradigmas como glamour por exemplo, começam a ser quebrados. A hipocrisia da sociedade é o motim para os fotógrafos buscarem novas representações que vão de encontro aos valores aspirantes da época. Uma época em que a revolta e a atitude são representadas desde cenários oníricos com cores saturadas até posturas deselegantes, até tons de pele mórbidos, expressões de tédio e indiferença. As tendências são diversas e vão desde o punk, tecno-surrealismo, heroin chic, e o sexy-trash.



Fig.1.5 Juergen Teller, *Bjork, Spaghetti Nero*, Veneza, 2007.³²

³¹ Disponível em: <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tmt-pred16-telecomm-photo-sharing-trillions-and-rising.html>

³² Disponível em : <http://www.lehmannmaupin.com/artists/juergen-teller#16>

Quando se inicia o século XXI, todas estas tendências de comportamento e representações fluem paralelas e conectadas umas as outras. Uma forte tendência de releitura dos comportamentos e estilos de décadas anteriores também começam a surgir nas representações fotográficas comerciais que vão desde o *vintage*, da contracultura *hippie* até o recente *geek* (gíria da língua inglesa cujo significado é alguém viciado em jogos e internet)



Fig. 2.5 David LaChapelle, *Série Meditação*, 2003.³³

A manifestação desta cultura cada vez mais híbrida, manifesta-se também nos estilos fotográficos sendo que grande parte dos mais influentes fotógrafos de moda atuais, como Mário Testino (1954 -) e Oliviero Toscani (1942 -) por exemplo, não se encaixam em nenhuma das propostas anteriores. Devido a complexidade da sociedade contemporânea e por consequência, a grande complexidade de valores, setores comerciais da fotografia como a fotografia de moda e publicidade têm se voltado cada vez mais para temas que envolvam valores sociais, ou de retrospectivas das propostas anteriores com uma roupagem mais contemporânea, como também sobre a saturação da sensualidade associada ao consumo.

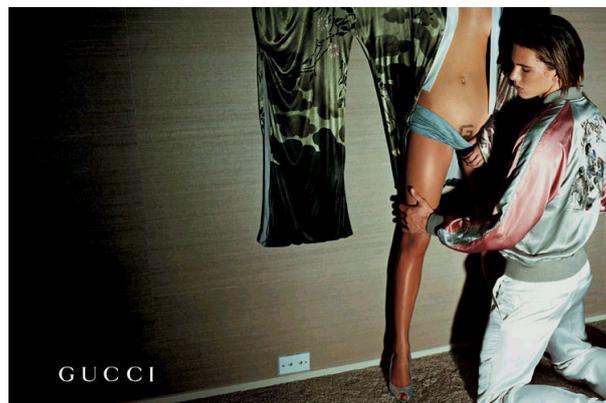


Fig. 3.5 Mario Testino, *Gucci*, 2003.³⁴

³³ Disponível em: <http://guyhepner.com/product/intervention-by-david-lachapelle/>

³⁴ Disponível em: <http://vogue.globo.com/Suzy-Menkes/en/noticia/2016/06/tom-ford-back-gucci.html>



Fig. 4.5 Olivero Toscani, Benetton. *Hu Jintao e Barak Obama* 2011.³⁵

Já a fotografia artística contemporânea, é intensamente influenciada pelo impulso do mercado da arte atual e pelo impacto das tecnologias digitais na produção e disseminação de imagens. E embora o reconhecimento da fotografia como arte tenha crescido, as discussões críticas tendem a centrar-se na consolidação e qualificação da fotografia na arte e não mais de pensa-la conceitualmente. De acordo com Charlotte Cotton (2013) as questões que influenciam as críticas da fotografia na arte contemporânea são cada vez mais dirigidas sobre a produção das imagens em geral após a revolução digital do século XXI, dos modos como temos usado a comunicação baseada unicamente em imagens em nossas interações cotidianas, nas redes sociais e nas plataformas de compartilhamento de fotos, do amadorismo como produção e publicação próprias, no fotojornalismo amador online, da evolução dos aplicativos e computadores à visualização de dados. Todas estas questões tem como o objetivo analisar a produção de imagens como linguagens visuais nos impelindo a definir de modo mais acurado quais práticas fotográficas devem ser consideradas artísticas diante a onipresença da fotografia no cotidiano.



Fig. 5.5 Ryan McGinley, *Gloria*, 2003.³⁶

³⁵ <http://www.designboom.com/design/benetton-unhate-campaign-features-kissing-world-leaders/>

³⁶ Disponível em: <https://pt.pinterest.com/pin/455637687275887902/>

Paralelamente os fotógrafos artistas contemporâneos também são inspirados pela história do seu suporte ao longo dos séculos XIX e XX. Encontram referências na fotografia de vanguarda do século XX e a fotografia do cotidiano, retomada pelos fotógrafos artísticos norte-americanos na década de 1970. Abordagens que questionam se a fotografia da intimidade haviam se tornado um tema consagrado, foi por exemplo uma das propostas contemporâneas com um toque lúdico do jovem artista Ryan McGinley, quando retratou a intimidade das suas amigas em 2003 (Fig. 5.5).

São tantas as propostas de diálogos na fotografia artística contemporânea, que facilmente antigos temas passam a ser revitalizados como os questionamentos sobre a fotografia ser uma imagem de uma imagem preexistente e não uma releitura não mediada do seu tema,— foram questões massivamente debatidas no final dos anos 1970, período conhecido como pós-modernismo fotográfico. Visando estes diálogos Thomas Ruff baixou fotografias pornográficas pela internet, utilizou paletas cromáticas e acentuou a granulação, criando imagens que exprimem o caráter distante e remoto dos atos sexuais presentes nas imagens. Sua intenção era mostrar como a idealização é a chave para a representação de um motivo e como “qualquer tema” pode se tornar a mediação de uma forma estética.

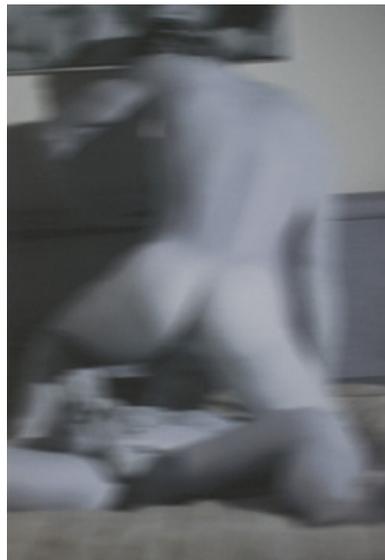


Fig. 6.5 Thomas Ruff, *Nudes*, 2002.³⁷

Em objetos imagens fig. 7.5, de Artie Vierkant, o artista transfere a dinâmica e a estética da fotografia digital e das ferramentas gráficas para o ambiente da galeria, em peças que conciliam e seduzem, feitas para serem penduradas em paredes. Sua abordagem visa “monumentalizar” a linguagem visual das telas da nossa vida cotidiana, infundido-as em objetos formais.

³⁷ Disponível em: <http://www.medienkunstnetz.de/works/nudes/>



Fig. 7.5 Artie Vierkant, *Image Objects*, 2011³⁸.

20. O consumo autoral.

Nossa missão nesta pesquisa é captar os sinais, o que estamos comunicando nas mensagens fotográficas que compartilhamos, e entender o que é relevante na cultura contemporânea através destas mensagens. Temos como ponto de observação o estado de democratização da produção fotográfica atual, que talvez, já teria alcançado níveis absolutos de globalização caso não houvessem as barreiras sócio económicas. Ao observar estes recentes produtores, o fluxo constante e renovado de informação torna ainda mais complexa a nossa leitura. A vida pública se mistura com a vida privada, onde trabalho, lazer, ideologias, relações e consumo navegam na mesmas redes comunicativas. É em meio ao efêmero e a complexidade de paradigmas que vivemos, que encontramos na obra do sociólogo Francesco Morace *Consumo Autoral. As gerações como empresas criativas* (2009) algumas direções importantes para um melhor enquadramento à nossa pesquisa, uma vez que esta obra converge para o mesmo ponto de observação que o nosso: a produção do público.

A obra de Morace apresenta a ruptura dos mecanismos de consumo após a recente crise global, apresentando um novo perfil de consumidor, menos influenciado pela sedução das grandes marcas e que tem a cada dia se tornando mais autor e ator de suas próprias escolhas de consumo. De acordo com o autor, a contradição que está explodindo nos mercados, reside no paradoxo segundo o qual os esforços para entender os consumidores são engessados por uma lógica que trai os valores emergentes. O termo americano conhecido como *design thinking*, põe em nova perspectiva os universos das mercadorias, das mídias e da comunicação. A opção de consumo deixa de estar associada a construção

³⁸ Disponível em: <http://artievierkant.com/imageobjects.php>

de uma identidade individual para torna-se uma *commodity*, ou seja, o consumidor não mais se identifica com os produtos ou marcas mas os considera companheiros e facilitadores, passa-se do chamado *lifestyle* para o *Life Ocasión*, onde ocasiões fragmentam a vida do consumidor.

O *design thinking* está centrado na experiência estética. De acordo com Morace — e já previsto por Pierre Lévy — este momento está mais próximo da experiência da Renascença, do encontro entre o artístico, o espiritual e o tecnológico, com a diferença que no Renascimento a criatividade estava a disposição de poucos e hoje penetra na vida de todos nós, através da moda, da arquitetura, das artes gráficas e do design.

Por uma perspectiva de consumo segundo o autor, temos hoje os bens de conforto e os bens de criatividade. Enquanto os primeiros promovem sensações prazerosas e imediatas, os segundos tendem a durar um longo prazo, são relacionais, culturais e exigem maior energia pessoal para serem apreciados. É crescente os casos em que os bens de criatividade passam a se tornar uma prioridade na vida de muitos indivíduos, iniciando uma revolução que definirá os valores integrais do que os estudiosos chamam de Terceiro Renascimento, que unirá conforto e criatividade, pois já a alguns anos os estudos do instituto Future Concept Lab, do qual Morace é presidente, vem apresentando uma visão neorrenascentista das profissões, do consumo e do mercado. Ressurgem assim os valores humanistas, da pesquisa científica e tecnológica em torno de um importante núcleo de valores criativos que chegam a tradição humana e social, entendido como um processo intuitivo produtor de qualidade de vida.

“Do ponto de vista sociológico, o que hoje emerge é uma aceleração imprevista de comportamentos heréticos e ecléticos que vão além de qualquer intenção vanguardista, que consolidam uma visão criativa da classe média emergente do mundo inteiro e não só dos nichos intelectuais e experimentadores que se contraem até desaparecer. O comportamento cotidiano das pessoas “normais” está se aproximando das experimentações mais ousadas da vanguarda do novecentos: explorar o mundo do *Second Life*.(Morace, 2009: 12).

Morace coloca em perspectiva um ponto interessante da compreensão do consumo atual, que de acordo com a nossa observação, vai de encontro as definições desenvolvidas por Lévy sobre os processos do pensamento e da comunicação atual que envolvem, criação, subjetividades e imaginação.

“O comportamento dadaísta, surrealista, do “neorrealismo” (segundo a brilhante teorização de Pierre Restany nos anos 60) dos comunicadores, abrange, por exemplo, as modalidades de fruição dos produtos que são reinterpretados no mundo livre e criativo. O outro elemento que tem a ver com o potencial dadaísta de cada produto conduz a uma integração completa e definitiva entre função e forma, entre ética e estética. No consumo emerge a componente conceitual que tem caracterizado a arte durante o último século e

que ainda falta ao marketing contemporâneo. Os managers deveriam estudar menos fórmulas econômicas e mais história da arte.” (Morace, 2009:12)

Segundo Morace, pós um século depois que Duchamp propôs a estetização da mercadoria industrial como extraordinária expressão do talento artístico, o consumidor ao reconhecer este axioma, passa a se tornar consumidores-autores, e ainda mais, o consumidor passa a assumir o papel do crítico, iniciando o juízo estético do sucesso ou da falência da mercadoria. E ainda mais, de acordo com o autor, deve-se abandonar as escolas de pensamento tradicionais e adotar a lógica da experiência³⁹ como ponto de referência e de uma nova estratégia onde o consumidor é o novo protagonista criativo e onde novas linguagens e estéticas e de design reconduzem as vanguardas. O autor considera também que as novas tecnologias têm contribuído para modificar os comportamentos “mentais” que cada um tem absorvido com os novos parâmetro do pensar, do decidir e do avaliar. A característica combinatória típica da bricolagem virtual, da velocidade do SMS, do aprofundamento narrativo do DVD, a memória seletiva possível do iPod, as formulas do *do-it-yourself* típica da videografia digital, ou na experimentação expressiva dos DJs, têm indicado o caminho na vida e força propositiva dos novos esquemas mentais que vão em direção dos esquemas do consumo autoral.

³⁹ Ver pág. 56. “conhecimento por simulação”.

CAPÍTULO VI. UMA NOVA PERSPECTIVA COGNITIVA NA CONSTRUÇÃO DA REALIDADE.

No capítulo anterior achamos importante ressaltar algumas características próprias da sociedade atual por uma perspectiva tecnológica e das mudanças de comportamento do consumidor como algumas das muitas facetas da cultura contemporânea. E o que percebemos, é que depois do aparecimento dos computadores, as fotografias não estavam mais inseridas na ordem de distribuição do saber que se havia estabelecido no século XVII com a generalização da impressão. Ao se encontrarem agora em um novo meio de comunicação, seria necessário entendermos esta nova ordem, suas características e dinâmicas, para estarmos aptos a entender os signos contemporâneos nas análises desta pesquisa.

Um dos autores que mais nos orientam neste trabalho e praticamente em todo este capítulo, é Pierre Lévy (1956-), referência na compilação de estudos que abordam a tecnologia atual das comunicações e seus reflexos na cultura através de uma nova proposta cognitiva. Paul Virilio, (1932-), também é outro autor de destaque nos estudos sobre as tecnologias da comunicação.

Apesar de nos focarmos nos direcionamentos de Lévy para esta pesquisa, são extremamente pertinentes as observações de Paul Virilio sobre os efeitos da comunicação atual. Em *Cibermundo: a política do pior*. (2000) e *O espaço crítico: e as perspectivas do tempo real* (2005), Virilio alerta sobre os efeitos que a informática pode gerar através das alterações de noção da realidade, uma vez que nos proporciona uma quantidade enorme de informação e nos tira as noções de tempo e território. Mas, na classificação de Umberto Eco *Apocalípticos e Integrados* (1965) poderíamos, a grosso modo, tomar Lévy como integrado e Virilio como apocalíptico no que se refere aos modos pelos quais cada um vê os resultados civilizacionais da tecnologia digital.

Pierre Lévy apresenta em seu livro de 1995, *Tecnologias da Inteligência*, uma análise das técnicas de transmissão e de tratamento das mensagens, uma vez que são os agentes transformadores dos ritmos e modalidades da comunicação de forma mais direta, contribuindo para redefinir as organizações. Ao desenvolver o conceito de ecologia cognitiva, Lévy (1995) defende a idéia de um coletivo pensante homens-coisas, coletivo dinâmico povoado por singularidades atuantes e subjetividades mutantes. “Ao desfazer e refazer as ecologias cognitivas, as tecnologias intelectuais contribuem para fazer derivar as fundações culturais que comandam nossa apreensão do real”. (Levy, 1995: 5).

Consideramos importante explicar algumas definições desenvolvidas por Lévy e que se tornaram nos estudos da comunicação em rede, denominações constantemente utilizadas e que também servem de apoio no contexto das interpretações desta pesquisa visto que o lugar comum das fotografias foi alterado desde que passaram a ser compartilhadas por meios virtuais⁴⁰.

⁴⁰ Em *O que é Virtual?* (1996) Pierre Lévy aborda o fenômeno da virtualização e explica que o "virtual" não é antônimo de "real" e nem sinônimo de "imaginário". O real tem limitações evidentes e é observável, enquanto a virtualização tem pensamento baseado em definições e em determinações.

21. O conhecimento por simulação.

Lévy explica o que seria o conhecimento por simulação que emerge no final do século XX. Se analisarmos a informática e os estilos de conhecimento que nos são familiares, ao analisar tudo aquilo que, em nossa forma de pensar, depende da oralidade, da escrita e da impressão, descobriremos que apreendemos o conhecimento por simulação, e este conhecimento é típico da cultura informática onde a escrita, a leitura, a visão, a audição, a criação, e toda a aprendizagem destes conhecimentos são capturados por uma informática cada vez mais avançada.

Segundo Lévy, o conhecimento por simulação diminuiria os longos e custosos processos de tentativa e erro necessários para o desenvolvimento de instalações técnicas, sendo parcialmente transferidos para o modelo, com todos os ganhos de tempo e benefícios de custo que podemos imaginar. O conhecimento por simulação, menos absoluto que o conhecimento teórico, mais operatório, mais ligado às circunstâncias particulares do seu uso, junta-se assim ao ritmo sóciotécnico específico das redes informatizadas: o tempo real. A simulação por computador permite que uma pessoa explore modelos mais complexos e em maior número do que se estivesse reduzido aos recursos de sua imagística mental e da sua memória de curta prazo, mesmo se reforçadas por este auxiliar por demais estático, que é o papel. A simulação, portanto, não remete a qualquer pretensa irrealidade do saber ou da relação com o mundo, mas antes a um aumento dos poderes da imaginação e da intuição.

Um dos grandes promotores da grande democratização da produção fotográfica contemporânea está no conhecimento por simulação promovidos pelas culturas dos softwares, das vídeo aulas e dos aplicativos para edição de imagens. Sem nenhum conhecimento técnico ou teórico, o usuário destes programas têm a liberdade de manipular transformações e efeitos nas imagens. Enquanto nas vídeo aulas grande parte do aprendizado se dá por imitação dos passos de quem ensina, (e não pela lógica do programa e aprendizado das suas potencialidades), nos aplicativos para telemóveis o processo é ainda mais simples, intuitivo e independente, sendo possível para qualquer usuário experimentar efeitos e alterá-los.

22. O contexto.

Lévy explica que em um nível mais fundamental, o ato da comunicação define a situação que vai dar sentido às mensagens trocadas. “Através de seus atos, seu comportamento, suas palavras, cada pessoa que participa de uma situação, estabiliza ou re-orienta a representação e dela fazemos outros protagonistas. Sob este aspecto, ação e comunicação são quase sinônimos. A comunicação só se distingue da ação em geral porque visa mais diretamente ao plano das representações.” (Lévy, 1995: 13). Porém o jogo da comunicação, como aprendemos na obra do autor, consiste em através de mensagens, precisar, ajustar, transformar o contexto compartilhado pelos parceiros. “Ao dizer que o

sentido de uma mensagem é uma "função" do contexto, não se define nada, já que o contexto, longe de ser um dado estável, é algo que está em jogo, um objeto perpetuamente reconstruído e negociado. Palavras, frases, letras, sinais ou caretas interpretam, cada um à sua maneira, a rede das mensagens anteriores e tentam influir sobre o significado das mensagens futuras.” (Lévy: 1995: 13).

Sabe-se que a fotografia desde a sua invenção sempre teve a função primeira de comunicar, está na sua ontologia, na intenção de quem a criou. E de acordo com citação de Lévy, uma vez que a fotografia é uma representação, temos a afirmação que ela está no domínio da comunicação, logo quem a produz, quer comunicar algo. Colocamos então o nosso objeto de estudo, a fotografia, sob a perspectiva da ideia que Lévy faz sobre o contexto na comunicação cibernética. Sob a perspectiva da ação, estaria aqui o ato de produzir e ou compartilhar imagens, uma vez que a informação contida na imagem (representação) é orientada por este produtor/compartilhador. Uma rede de sentidos é criada a cada nova imagem compartilhada, que são lançadas em uma esfera ainda mais ampla da comunicação, a cibernética, que também funciona como contexto destas imagens. No entanto ainda temos outras redes dentro desta primeira, que são as redes sociais, ou seja, mais contextos. O sentido das fotografias emerge e se constrói no contexto da virtualidade cibernética e é sempre local, datado, e transitório. A cada instante, um novo comentário, uma nova interpretação, um novo desenvolvimento podem modificar o sentido que havíamos dado a uma interpretação emitida poucos minutos antes.

O que muda após a comunicação na rede explica o autor, é que na abordagem clássica dos fenômenos de comunicação os interlocutores fazem intervir o contexto para interpretar as mensagens que lhes são dirigidas. Após vários trabalhos em pragmática e em microsociologia da comunicação, Lévy propõe uma inversão da problemática habitual, pois longe de ser apenas um auxiliar útil à compreensão das mensagens, o contexto se tornou o próprio alvo dos atos de comunicação, afirma o autor. Justamente porque transformam os ritmos e as modalidades da comunicação, as mutações das técnicas de transmissão e de tratamento das mensagens contribuem para redefinir as organizações. São lances decisivos, "metalances", no jogo de interpretação e da construção da realidade.

23. Os nós (conexões).

As operações de construção do contexto produzem continuamente o universo de sentidos que os une ou que os separa. Para os atores da comunicação, estas operações se repetem na escala de uma micropolítica interna às mensagens. Quando uma conexão se realiza, os jogadores não são mais pessoas, mas elementos de representação. Neste contexto existem uma série de associações interconectadas, porém os nós que selecionamos para ativar determinadas conexões é que terão força para emergir na nossa consciência. Ex: Quando falo maçã, ou quando pinto uma maçã, ou fotografo uma maçã, posso dar a ela um contexto como maçã de Newton, maçã do éden, maçã de gala. O contexto designa portanto uma rede semântica em um dado momento. A dimensão do contexto poderia

funcionar por um perspectiva semiótica como índices ou símbolos potenciais que orientam, abrem caminho, fazendo a mediação para algo específico a ser comunicado.

Por uma perspectiva da leitura das imagens fotográficas nas redes sociais por exemplo, cada comentário funciona como um nó, pois abre caminho para novas informações, novas interpretações. São também nós cada informação agregada a imagem de quem a compartilha, a localização, quem gostou, os diálogos que se desenvolveram nos comentários e assim por diante.

24. Características do hipertexto.

O hipertexto é nada mais que o mundos de significação, uma metáfora para todas as esferas da realidade onde as significações estejam em jogo, nos explica o autor. Existe em diferentes escalas, com sentidos sendo constantemente construídos e remodelado pelos atores da comunicação. Porém o hipertexto não se limita apenas a comunicação, os processos sociais e tecnológicos também possuem uma forma hipertextual. Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira. Funcionalmente, um hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação.

Lévy, caracteriza o hipertexto através de seis princípios abstratos:

1. A *metamorfose*, por este estar em constante transformação.
2. A *heterogeneidade*, em que cada conexão da rede hipertextual possui características próprias, enquanto na memória por exemplo, se encontram sons, palavras e imagens, na comunicação as mensagens podem ser analógicas, multimodais.
3. A *multiplicidade*, cada hipertexto, ou seja, qualquer nó ou conexão quando analisado pode revelar-se como sendo composto por toda uma rede e assim indefinidamente.
4. A *exterioridade* pois a rede depende de fatores exteriores para crescer ou diminuir como por exemplo, novos elementos e conexões.
5. A *topologia*, sua dinâmica funciona por proximidade e vizinhança que abrem caminhos.
6. A *mobilidade dos centros*, uma vez que a rede não possui centro fixo ou apenas um centro, mas diversos centros interconectados com maior ou menor intensidade.

Todas as características do hipertexto podem no ajudar a entender que apesar das imagens possuírem suas próprias características e limitações interpretativas, estão imersas em um emaranhado de redes semânticas que a todo momento podem conectá-las a outros centros de representações, de significações e interpretações. A cada momento pode surgir um estímulo externo como um comentário, capaz de influenciar uma transformação e interpretação de outros observadores, por exemplo.

25. Navegar

Lévy menciona que partindo de traços tomados do empréstimo de várias outras mídias, o hipertexto constitui, portanto, uma rede original de interfaces. Algumas particularidades do hipertexto (seu aspecto dinâmico e multimídia) devem-se a seu suporte de inscrição ótica ou magnética e a seu ambiente de consulta do tipo "interface amigável". As possibilidades de pesquisa por palavras-chave e a organização subjacente das informações remetem aos bancos de dados clássicos. O hipertexto também desvia em seu proveito alguns dispositivos próprios da impressão: índice, thesaurus, referências cruzadas, sumário, legendas...

Um mapa ou esquema detalhado com legendas já constitui um agenciamento complexo para uma leitura não linear. A nota de pé de página ou a remissão para o glossário por um asterisco também quebram a sequencialidade do texto. Uma enciclopédia com seu thesaurus, suas imagens, suas remissões de um artigo a outro, é por sua vez uma interface altamente reticular e "multimídia". O que, então, torna o hipertexto específico quanto a isto é a velocidade, como sempre. A reação ao clique sobre um botão (lugar da tela de onde é possível chamar um outro nó) leva menos de um segundo. A quase instantaneidade da passagem de um nó a outro permite generalizar e utilizar em toda sua extensão o princípio da não-linearidade. Isto se torna a norma, um novo sistema de escrita, uma metamorfose da leitura, batizada de navegação.

A experiência de ver fotografias online é fortemente caracterizado pelo tempo de observação. A grande quantidade de informação das redes incitam o usuário a movimentar-se de uma interface a outra, ou de uma imagem a outra com maior velocidade. Diante a característica principal do ato de navegar, que é a velocidade, lembramos que por uma perspectiva da recepção "o significado de uma imagem é alterado de acordo com o que vemos imediatamente ao lado ou após. Tal autoridade dinâmica é distribuída por todo o contexto que a imagem aparece." (Berger, 1972: 45)

26. A criação.

Segundo Lévy o uso é o prolongamento do caminho já traçado pelas interpretações precedentes; ou, polo contrário, a construção de novos agenciamentos de sentido. Por isso não há uso sem torção semântica inventiva, quer ela seja minúscula ou essencial.

O ato da criação equivale a utilizar de maneira original elementos preexistentes, pois o uso criativo, baseia-se em descobrir novas possibilidades. Esta dupla face da operação técnica pode ser encontrada em todos os elos da cadeia informática, desde a construção de circuitos impressos até o manejo de um simples processador de textos. Criação e uso são, na verdade, dimensões complementares de uma mesma operação elementar de conexão, com seus efeitos de reinterpretação e construção de novos

significados. Ao se prolongarem reciprocamente, criação e uso contribuem alternadamente para fazer ramificar o hipertexto sociotécnico.

A partir da nossa perspectiva poderíamos dizer que a criação é um dos efeitos causados pelos mecanismos promotores do conhecimento por simulação, como resultado da utilização de softwares e plataformas que permitem o uso criativo por parte do usuário. O uso da informática e a disponibilidade que esta oferece de manusear diferentes mídias alternadamente também resultam em atos criativos.

27. Processos de subjetivação.

Parece mais fácil hoje do que em 1995 reconhecer que Lévy estava correto ao afirmar que a informática não intervém apenas na ecologia cognitiva, mas também nos processos de subjetivação individuais e coletivos.

“Mesmo sem ser um especialista em informática, é possível que alguém se deixe seduzir pelos dispositivos de informática. Há toda uma dimensão estética ou artística na concepção das máquinas ou dos programas, aquela que suscita o envolvimento emocional, estimula o desejo de explorar novos territórios existenciais e cognitivos, conecta o computador a movimentos culturais, revoltas, sonhos. Os grandes atores da história da informática, como Alan Turing, Douglas Engelbart ou Steve Jobs, conceberam o computador de outra forma que não um autômato funcional. Eles trabalharam e viveram em sua dimensão subjetiva, encantadora ou profética.” (Lévy, 1995: 34)

No que interessa a nossa pesquisa e como resultado da nossa reflexão, consideramos dizer que a capacidade de navegar, interagir, aprender e criar através da tecnologia informática é um processo na grande parte do seu tempo independente e isolado que acaba por ser marcado pela personalidade do indivíduo que o utiliza. A liberdade de caminhar por trajetos de sua própria escolha e gostos acarretam em experiências que nutrem os processos de reafirmação dos sujeitos. Esta liberdade poderia promover a criação de representações que sustentam e são sustentadas pela relação de sedução entre o sujeito e as dimensões da informática, visto que a presença do homem dentro da rede somente é possível através dos signos que o representam, seja desde a identificação do seu dispositivo (i.p.) em uma rede local ou pública, até a sua identificação física através da sua imagem ou, da sua produção criativa e de conhecimento.

Quanto mais tempo uma pessoa permanece conectada, mais ela estará se comunicando com o mundo por mediação não apenas dos dispositivos, mas principalmente das representações que a sustentam dentro da rede, sejam estas representações criadas através de imagens ou de outras mídias. As imagens compartilhadas por um usuário podem servir para substituir sua presença física em uma interação de comunicação, mas também para manifestar seus gostos estéticos, de consumo, crenças e

experiências e, assim, as imagens acabam por servir de “facetas” da sua identidade. Talvez aqui, tenhamos alguma pista que nos leve a entender o crescimento contínuo do número de imagens compartilhadas. Ou seja, mais presença dentro da rede, nos exigiria maior número de representações. Um processo que nos parece muito próximo ao *second life*.

28. A imaginação.

Lévy (1995) nos ensina que se a eficácia da escrita como tecnologia intelectual se deu porque esta permite estender as capacidades de memória a curto prazo, a da informática se deu devido a simulação e da visualização, pois ainda que ela estenda a memória de trabalho biológica, funciona mais como um módulo externo e suplementar da faculdade de imaginar. Parece mais plausível que as pessoas construam modelos mentais das situações ou dos objetos sobre os quais estão raciocinando, e depois explorem as diferentes possibilidades dentro destas construções imaginárias. A simulação, que podemos considerar como uma imaginação auxiliada por computador, é portanto ao mesmo tempo uma ferramenta de ajuda ao raciocínio considerada por alguns teóricos, como o próprio Lévy por exemplo, muito mais potente que a velha lógica formal que se baseava no alfabeto.

Sob a perspectiva do nosso objeto de estudo, das representações imagéticas e seus significados, representar algo ausente é um ato de simulação.

A proximidade da imagem como signo simbólico no paradigma pós-fotográfico, não se justifica apenas através da mudança do seu suporte físico para um mais abstrato, mas principalmente na síntese dos seus mais recentes processos de manifestação. A capacidade de manipulação que os bits nos permitem abriga infinitas possibilidades de criação, que por sua vez são exteriorizadas e construídas através da imaginação do usuário.

Quando a revolução digital nos proporcionou a facilidade de manipular uma mídia com uma forte capacidade de transformação, também nos proporcionou um alto nível de democratização da criação através das imagens, e da liberdade de simular aspectos da nossa imaginação. E através do recente paradigma fotográfico, a da nova estrutura comunicacional, podemos não apenas simular quem somos ou como vemos o mundo através de imagens, mas podemos também nos reinventar e criar um mundo idealizado por imagens, tudo de acordo com a nossa capacidade de manifestar nossa imaginação nas imagens digitais e na potencialidade imaginária dos recursos informáticos.

CAPITULO VII - SELEÇÃO DAS IMAGENS FOTOGRÁFICAS.

29. Critérios de seleção.

Visto que o objetivo desta pesquisa é avaliar o conteúdo da produção fotográfica realizada pelo público (fotógrafos não profissionais), a seleção dos critérios segue uma certa ordem lógica: o que, porquê e onde, são as perguntas iniciais. Para a seleção das imagens, foi feita uma pesquisa online que teve como princípio a escolha de empresas que realizavam pesquisas na área de desenvolvimento de conteúdo online e que tivessem como perspectiva a rede global. Escolhemos então as informações apresentadas pelas empresas americanas *Go-Gulf* e *The New York Times*, a empresa italiana *Vincos*, e a britânica *Smart Insights*, sendo que as figuras apresentadas neste capítulo representam aspectos das pesquisas que consideramos mais pertinentes com o conteúdo deste trabalho.

29.1 O que as pessoas mais compartilham.

Em todas as pesquisas consultadas o compartilhamento de fotografias abrange cerca dos 42 a 45% dos conteúdos compartilhados. A razão para a escolha de fotografias é que estas geram 87% a mais de interação com outros usuários. A questão mais pertinente encontrada pelos pesquisadores é que as imagens em geral acabam por demandar menos tempo de leitura que um texto escrito indo de encontro com o próprio comportamento da rede que está em constante fluxo.



Fig. 7.1. O que as pessoas mais compartilham nas redes sociais, pesquisa realizada pela empresa de web design Go-Gulf em 2015⁴¹.

⁴¹ Disponível em: <http://kimgarst.com/what-do-people-love-to-share-on-social-media>

29.2. Porquê as pessoas compartilham.

Em uma das pesquisas, é um estudo realizado pelo jornal de New York Times em 2014 “*the psychology of sharing*”,⁴² (psicologia do compartilhamento) realizada com entrevistas ao vivo em Chicago, Nova Iorque e São Francisco com metodologia quantitativa de 2500 usuários considerados compartilhadores nas redes sociais, visava saber o que motivava as pessoas por trás da ação de compartilhar conteúdos para servir de fonte de informação para o setor de marketing e publicidade. Os resultados revelaram os cinco principais motivos dos compartilhamentos:

1. Para distribuir valores e ou, entretenimento para o outros.
2. Para se definirem perante os outros.
3. Para aumentar e nutrir suas relações com os outros.
4. Para se auto-afirmarem ao vivenciar um sentimento de pertencimento com o mundo.
5. Para apoiar causas e valores que defendiam.

29.3. Onde as pessoas compartilham.

O terceiro critério seria saber onde, ou seja, quais mídias as pessoas mais utilizavam para compartilhar conteúdo.

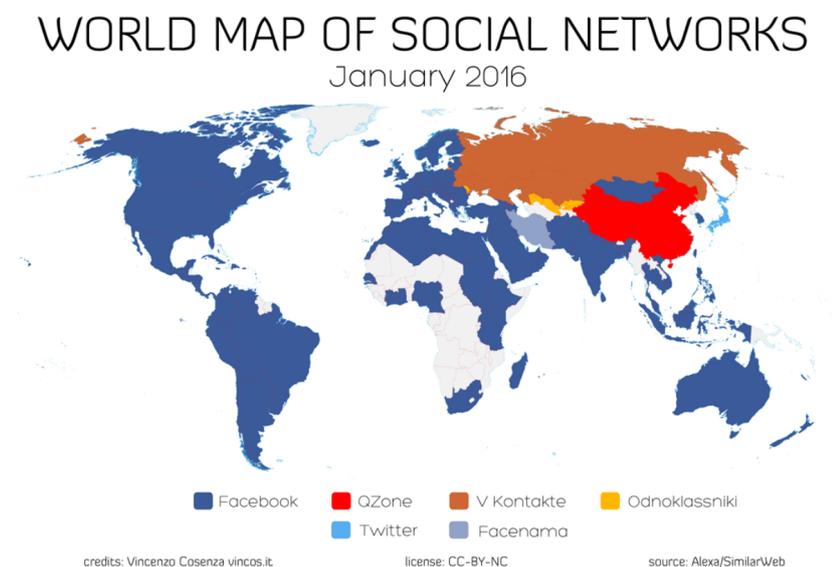


Fig. 7.2 Em primeiro lugar apresenta-se o facebook no mapa mundial nas mídias sociais mais utilizadas, num estudo promovido pela agencia de pesquisas de tráfico de informações Alexa & SimilarWeb, em Janeiro de 2016.⁴³

⁴² Disponível em: <http://nytmarketing.whsites.net/mediakit/pos/>

⁴³ Disponível em: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS Ranked 2nd - January 2016

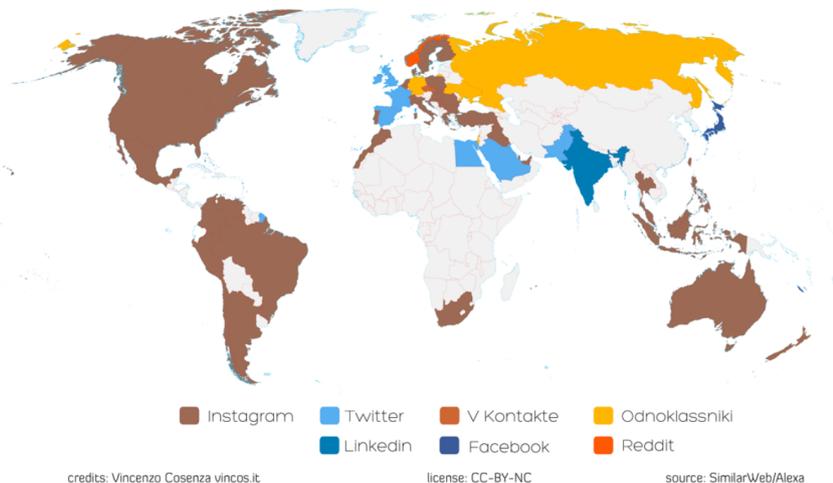


Fig.7.3 Em segundo lugar apresenta-se a rede social Instagram para compartilhamento de conteúdo. Observamos que esta rede é baseada em compartilhamento de fotografias e vídeos com o máximo de 30 segundos.⁴⁴

A imagem abaixo representa o domínio do Facebook onde 63% dos usuários de internet utilizam o aplicativo com um média de 15 dias de acessos mensais. O tamanho de cada círculo representam o número de dias que o site foi acessado em média por mês. A intensidade da cor da bola e o número representam a quantidade de sessões. O Facebook Messenger tem uma impressionante penetração de 47 %, e Instagram (também de propriedade do Facebook) vem em segundo lugar para o engajamento.

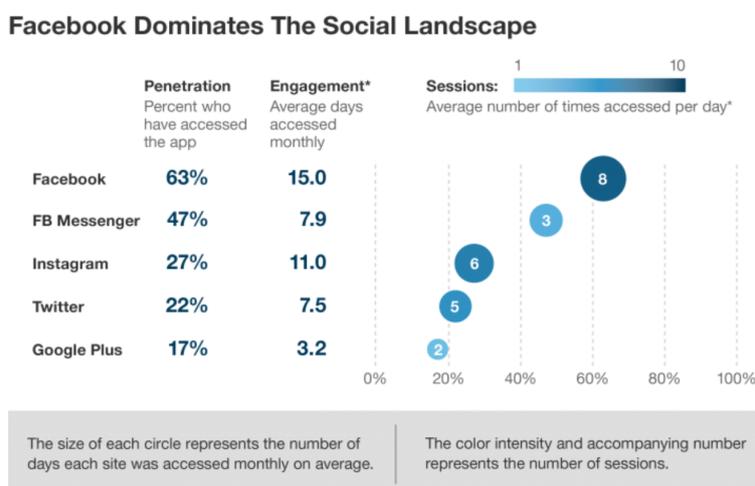


Fig. 7.4. Facebook em primeiro lugar como a rede social mais utilizada por usuários da internet.⁴⁵

⁴⁴ Disponível em: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

⁴⁵ Disponível em: <http://nytmktg.whsites.net/mediakit/pos/>

Chart 26: ACTIVE USERS OF THE TOP SOCIAL PLATFORMS AND MESSAGING TOOLS, BY AGE

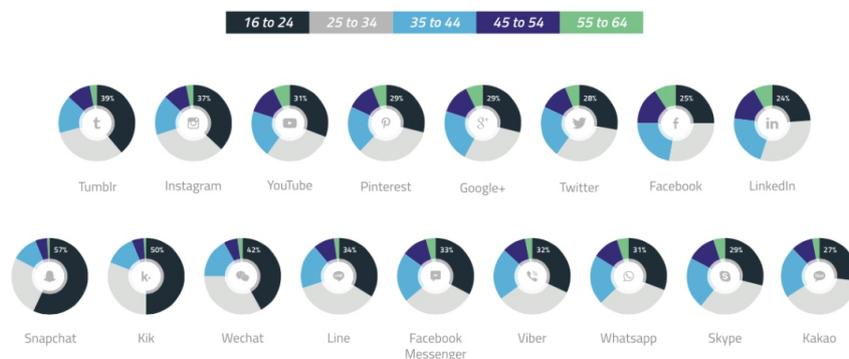


Fig.7.5. Idade de usuários ativos das plataformas sociais e aplicativos de mensagens por idade. ⁴⁶

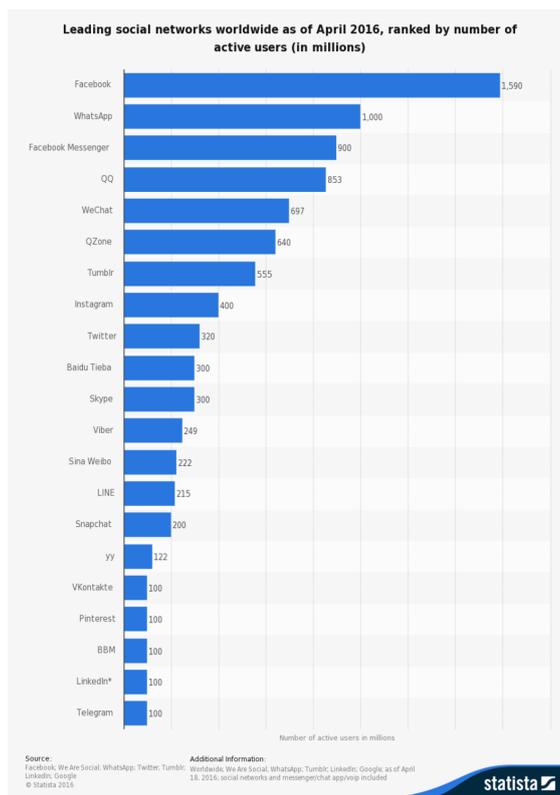


Fig. 7.6. Número de usuários ativos em milhões por uma perspectiva global. ⁴⁷

⁴⁶ Disponível em: <http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>

⁴⁷ Disponível em: <http://www.smartinsights.com/guides/free-guide-to-create-a-social-media-marketing-plan/>

29.4 Quais os temas mais fotografados.

Não foi encontrado nenhuma pesquisa científica específica sobre temas mais fotografados. O que encontramos foi uma série de artigos que referem-se a “clichés” das imagens fotográficas mais compartilhadas em redes sociais, assim como estudos específicos nas mais diversas áreas da ciência e da fotografia a respeito de proliferação excessiva do ato de fotografar através de dispositivos móveis e principalmente estudos da área de comportamento e psicologia a respeito das fotografias conhecidas como *selfie*.

Como o facebook e o instagram são as redes mais utilizadas para compartilhamento de fotografias, realizamos uma pesquisa quantitativa independente para verificar se tais “clichés” realmente correspondiam a realidade. Foram analisados 1000 perfis no período de 6 meses, sendo 500 no facebook e 500 no instagram.

Foi constatado que cada perfil possui entre uma a três fotografias consideradas temas clichés. Ou seja, praticamente todo os usuários correspondem a alguma destas representações em seus perfis online.

Como este estudo tem por objetivo uma avaliação semiótica da cultura contemporânea através de imagens, avaliaremos 10 imagens recolhidas online. As imagens serão avaliadas individualmente através da metodologia semiótica peirciana, e do contexto sociocultural como é inevitável à própria avaliação semiótica. A conclusão desta pesquisa tem por objetivo fazer uma interpretação do conteúdo das imagens como um coletivo que nos indiquem características socioculturais mais aprofundadas.

Os temas que nossa pesquisa considerou mais presentes são:

1º Selfies individuais.

2º Selfies na casa de banho.

3º Celebrações.

4º Coquetéis.

5º Comida. Termo em inglês: *porn food*.

6º Animais de estimação.

7º *Look of the day* conhecidas também pelo termo em inglês *outfit*.

8º Pôr do sol.

9º Pernas. Conhecidas como *hot dog legs*.

10º Asas de avião.

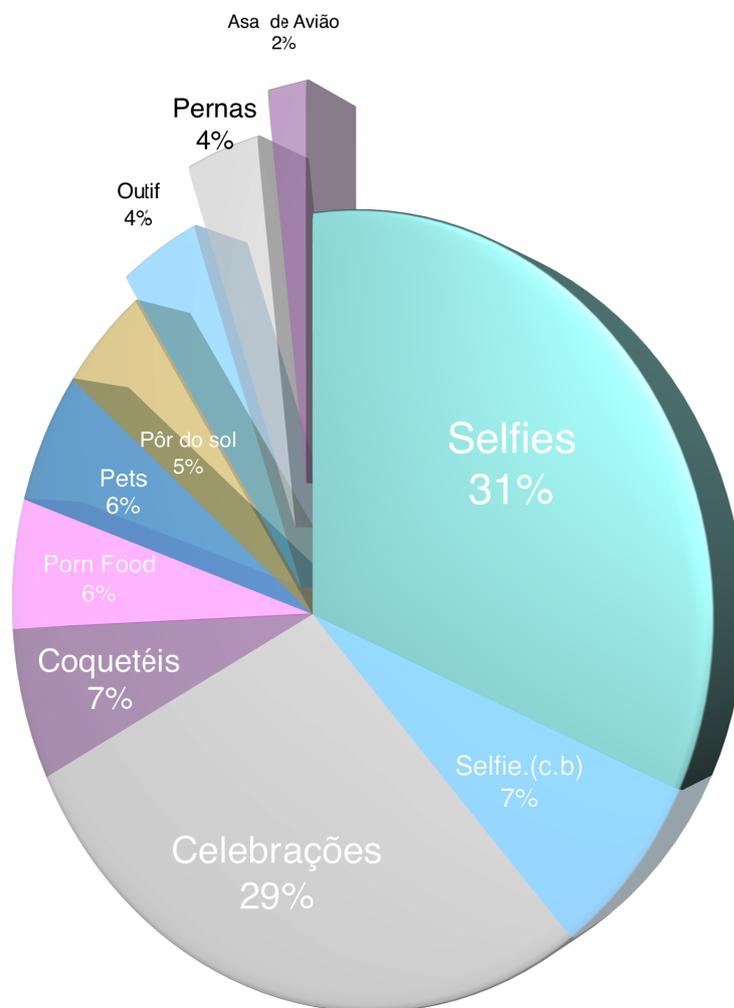


Fig. 7.7. O gráfico acima representa os temas fotográficos com maior frequência nas redes sociais.⁴⁸

⁴⁸ Imagem criada pela autora desta pesquisa.

30. Características das redes sociais.

Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes sendo que a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade. O que as redes possuem em comum é o compartilhamento de informações, conhecimentos e interesses.

As redes sociais possuem diferentes perfis, podendo ser desde redes comunitárias em bairros ou cidades, redes políticas, partidárias, de estudantes e etc, ou redes online como, por exemplo, redes de relacionamentos (Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Youtube) e redes profissionais (Linkedin).

Como uma das várias interfaces existentes na rede, as redes sociais possuem uma dinâmica contextual e cada usuário constrói e desenvolve seus próprios contextos através das suas contas individuais que interagem com os contextos de outros usuários presentes nas rede. As redes sociais também permitem a ligação de diversos nós, outras interfaces e mídias. A utilização das redes sociais incentiva a criação, visto que cada usuário pode compartilhar conteúdos como também está fortemente associada aos processos de subjetivação, pois por uma perspectiva social, cada conta individual substitui a presença física de alguém em uma interação de comunicação.

As redes sociais têm adquirido importância crescente na sociedade moderna. A análise de redes surgiu como uma das técnicas da sociologia moderna. No final do século XX, o termo passou a ser olhado como um novo paradigma das ciências sociais, vindo ser aplicada e desenvolvida no âmbito de disciplinas tão diversas como a antropologia, a biologia, os estudos de comunicação, a economia, a geografia, as ciências da informação, a psicologia social, a sociolinguística, no serviço social e inclusive nos estudos da cultura.

Em teoria, na estrutura das redes sociais, os atores sociais se caracterizam mais pelas suas relações do que pelos seus atributos como gênero, idade, classe social. Estas relações tem uma densidade variável, a distância que separa dois atores pode ser maior ou menor e alguns atores podem ocupar posições mais centrais que outros. Este fenômeno é explicado por alguns teóricos apontando a existência de laços fortes e fracos e dos buracos estruturais onde se encontram os atores que não podem comunicar entre si a não ser por intermédio dum *terceiro*.⁴⁹

⁴⁹ LEMIEUX, VINCENT. MATHIEU OUIMET, Sérgio Pereira. Análise Estrutural das Redes Sociais. 1ª Edição. Instituto Piaget. 2008/01

CAPÍTULO VIII - SEMIÓTICA APLICADA.

Para a análise das imagens, procuramos apoio na semiótica aplicada de Peirce através de uma abordagem mais atual que possuíssem exemplos empíricos. Utiliza-se como apoio metodológico para as análises desta pesquisa a orientação explanada pela autora e semioticista Lúcia Santaella em seu livro *Semiótica Aplicada*.

Na fotografia existem duas mediações: a do olhar, e o da máquina, em que ambos se somam. Enquanto o olho humano possui dois pontos de referência criando a dinâmica da leitura visual, a fotografia é feita a partir de um único ponto de referência o da lente, um dispositivo com características que imitam a função do olho humano, como o diafragma (abertura da íris) e o zoom, (imitando o grau de focagem do olho). O olhar possui uma exploração volátil, a foto já é um instantâneo congelado para sempre. Na leitura de uma fotografia o olhar volátil explora este outro olhar congelado.

31. Elementos constituintes do signo.

O processos de interpretação de Peirce são a aplicação de um conjunto de conceitos realizados passo a passo seguindo a lógica pelos quais os processos interpretativos ocorrem. De acordo com a semiótica de Peirce relembremos que existem três propriedades que habilitam as coisas a agirem como signos: sua mera qualidade, sua existência e seu carácter de lei e, que quase todas as coisas estão sob o domínio da lei.

31.1. Os signos e seus fundamentos.

Os signos se referem a um objeto. Sua definição está intimamente ligada ao tipo de relação que mantém com o objeto:

Se o fundamento do signo é um *quali-signo*, sua relação como objeto será de um *ícone*.

Se for um existente será um *índice*.

Se for lei será um *símbolo*.

Quali-signo: quando funciona como qualidade. Exemplo: a cor vermelha. O poder de sugestão que a mera qualidade da cor apresenta lhe dá capacidade pra funcionar como signo, porém relembremos que a cor vermelha por si só não é signo, é quase signo. O poder que ela tem de “sugerir” algo existente, é o que a torna capaz de comunicar este algo. Exemplo: quando digo “vermelho sangue”, o vermelho está descrevendo uma qualidade de outra coisa ausente, o sangue. Todo signo é constituído por quali-signos, sem o qual não poderiam existir. Se eu olhar uma tela completamente pintada de vermelho,

estarei diante de um qual-signo indicial, pois é uma qualidade que sugere algo existente. A arte abstrata possui grande poder de sugestão e subjetividade justamente devido sua exploração qualitativa da visualidade, a subjetividade acontece quando a mente singular do intérprete faz as suas próprias associações com estas qualidades.

Sin-signos: sin significa singular. Que indica uma existência que ocupa um lugar no tempo e espaço, reagindo com relação a outros existentes e criando conexões. Algo real, existente. Apontam para uma série de outros existentes e infinitas direções. E cada uma é uma de suas referências possíveis. Funciona como o signo de cada uma e potencialmente de todas as referências. Exemplo: vermelho sangue, o sangue é o sin-signo.

Legi-signo: A lei, é uma abstração que é operativa. Ela opera tão logo encontre um caso singular sobre o qual agir e o caso singular que se conforma a sua generalidade é chamada de réplica. A ação da lei é fazer com que o singular se transforme à sua generalidade, em que surgindo uma determinada situação as coisas ocorram de acordo com aquilo que a lei prescreve. Exemplo: as palavras, as leis da natureza, as convenções sócio-culturais.

31.2. O objeto e suas distinções.

São apenas dois tipos de objetos porque a relação de referência é dual:

1. *Objeto dinâmico*. Exemplo: Quando olhamos uma fotografia nela se apresenta uma imagem. Essa imagem é o signo e o objeto dinâmico é aquilo que a foto capturou no ato da tomada. Ou seja o ser real que não está na imagem.

2. *Objeto imediato*: O modo como o signo representa, indica, se assemelha, sugere evoca é o objeto imediato. Ele se chama imediato porque só temos acesso ao objeto dinâmico através do objeto imediato pois na sua função mediadora é sempre o signo que nos coloca com tudo aquilo que costumamos chamar de realidade. O objeto imediato nas imagens fotográficas são a aparência, a representação do objeto dinâmico.

31.3. O interpretante.

Relembramos que interpretante não quer dizer intérprete, porém algo mais amplo, mais geral. Este é o terceiro elemento da tríade de que o signo se constitui. Enquanto o objeto é aquilo que determina o signo e o que ele representa. O interpretante é o *efeito* interpretativo que o signo produz em um mente real ou meramente potencial. É no processo interpretativo que a relação dual do objeto se completa, daí o interpretante ser triádico, pois há três passos para que o percurso de interpretação se realize. Os níveis de interpretante incorporam não somente elementos lógicos e racionais como também emotivos,

sensoriais, ativos e reativos como parte do processo interpretativo que se constituem em um compósito de habilidades mentais que se integram em um todo coeso.

1. *Interpretante imediato (primeiridade)*: associa-se diretamente ao potencial interpretativo do signo, quer dizer do seu potencial de interpretação ainda que a nível abstrato, antes de o signo encontrar um intérprete qualquer em que esse potencial se efetive.

2. *Interpretante dinâmico(secundidade)*: efeito que o signo produz em um intérprete. Tem-se aí a dimensão psicológica do intérprete. E por sua vez de acordo com as três categorias da *primeiridade, secundidade e terceiridade*. Este interpretante subdivide-se em três níveis:

2.1 *Interpretante emocional*: O primeiro efeito que um signo está apto a provocar em um intérprete é uma simples qualidade de sentimento, no entanto os interpretantes emocionais podem estar presentes em qualquer interpretações.

2.2 *Interpretante energético*: Que corresponde a uma ação física ou mental. Índices tendem a produzir esse tipo de interpretante com mais intensidade pois os índices chamam nossa atenção na direção do objeto que eles indicam.

2.3 *Interpretante lógico*: quando o signo é interpretado através de uma regra interpretativa internalizada pelo intérprete. Sem estas regras interpretativas os símbolos não poderiam significar pois o símbolo está associado ao objeto representativo através de um hábito associativo que se processa na mente do intérprete e que leva o símbolo a significar o que ele significa, ou seja, o símbolo esta conectado ao seu objeto em virtude de uma ideia da mente que usa o símbolo sem que uma tal conexão existiria. A lei que lhe dá fundamento tem que estar internalizada na mente que o interpreta sem o qual o símbolo não pode significar.

2.3.1 *Interpretante lógico último*: o que equivale a mudanças de hábito. As interpretação sempre dependem de regras interpretativas já internalizadas caso contrário não haveria espaço para a transformação e a evolução, a mudança de hábito introduz o elemento transformativo e evolutivo no processo de interpretação.

3. *Interpretante final*: que se refere ao resultado interpretativo a que todo intérprete estaria destinados a chegar se os interpretante dinâmicos fossem levados ao seu limite último. Como isso não é jamais possível, o interpretante final é um limite pensável, mas nunca inteiramente atingível.

32. Percurso.

32.1. Abrir-se para o fenômeno e para o fundamento do signo.

Neste primeiro momento é preciso ter receptividade para as suas qualidades sem pressa das interpretações prontas. Uma vez que o fundamento do signo é uma propriedade que existe nas coisas que as faz agir como signos quando analisamos o fundamento estamos o nível primeiro dos signos. Nesse nível os signos nos aparecem como fenômenos, quer dizer, estamos ainda no domínio da

fenomenologia. Precisamos buscar a sensibilidade de um olhar contemplativo e tirar do modo automático o quanto possível nossa percepção. Abrir-se aos fenômenos e dar ao signo o tempo que eles precisam para se mostrarem-se em seus aspectos qualitativos.

Partimos então para um olhar observacional, neste nível é a nossa capacidade perceptiva que deve entrar em ação. Estar alerta para a existência singular do fenômeno, saber discriminar os limites que o diferenciam do contexto ao qual pertence, conseguir distinguir partes do todo para como sua qualidade se delinea no seu aqui e agora. O universo no qual o signo se manifesta e do qual é parte. Dimensão do terceiro tipo de olhar ao fenômenos: capacidade de generalização ao seu ponto máximo. Extrair o geral do particular, extrair de um dado fenômeno aquilo que ele tem em comum com todos os outros com que compõe uma classe geral. O que deve ser compreendido neste passo da análise é que os sin-signos dão corpo aos quali-signos e os legi-signos funcionam com princípios guias para os sin-signos. Quando atravessamos a fenomenologia damos abertura à semiótica no momento em que passamos a buscar nos fenômenos as três propriedades que os habilitam a agir como signos: as qualidades, sua existência e seu aspecto de lei.

32.2 Analisar o objeto imediato do signo.

Neste passo devemos analisar o poder a relação do signo como o objeto diz respeito à capacidade referencial ou não do signo. A que este signo se refere? A que eles aplica? O que ele denota? O que ele representa? E considerar que o signo possui dois objetos, o dinâmico e o o objeto imediato. O melhor caminho para iniciar a análise da relação objetual é do objeto imediato. Mais um vez tres olhares:

1º O que leva em consideração apenas o aspecto qualitativo do signo, apenas sua face quali-signo. A apreensão do objeto imediato do qual-signo exige do contemplado uma disponibilidade para o poder de sugestão evocação, associação que a aparência do signo exhibe.

2º O que foca apenas aspectos existente de um signo, isto é sin-signo. Nesta caso o objeto imediato é a materialidade do signo como parte do universo a que o signo existencialmente pertence. Aqui o objeto imediato aparece como para de outro existente a saber o objeto dinâmico que está fora dele. Foto: cujo objeto imediato está no enquadramento e angulo específicos que aquela foto fez do objeto fotografado. Quer dizer, a imagem que aparece na foto é apenas uma parte de algo maior que a foto não pode abraçar por inteiro.

3º Olhar dirigido ao fundamento do signo é aquela que leva em conta a propriedade de lei, o lei-signo como fundamento. desta forma o objeto imediato é um certo recorte que o objeto imediato apresenta do seu objeto dinâmico. Este recorte coincide com um certo estágio de conhecimento ou estagio técnico com que o signo representa seu objeto dinâmico

32. 3 Acompanhar os níveis interpretativos dos signos

É na relação com o intérprete que o signo completa a sua ação como signo, e é apenas neste ponto que ele age efetivamente como signo. Sua análise deve estar alicerçada na leitura cuidadosa tanto dos aspectos envolvidos no fundamento do signo como nos aspectos envolvidos na relação do signo com o seu objeto. Tais cuidados são importantes para que não fiquemos presos nas armadilhas dos esteriótipos.

Quando analisamos o interpretante imediato em um processo de signos temos de levar em consideração o fato de que, por ser um interpretante abstrato, potencial, o que fazemos no ato da análise corresponde a posição de interpretante dinâmico, isto é, na posição de uma mente interpretadora singular, de um interprete particular daquela semiose específica que esta sob nosso exame. Uma semiose apenas pode ser estudada a partir do ponto de vista do analista. Este ponto de vista corresponde na semiose ao lugar do interpretante dinâmico.

Quando na análise de uma semiose chegamos na etapa do interpretante dinâmico estaremos explicitando os níveis interpretativos que as diferentes facetas do signo efetivamente produzem em um interprete, no caso, o próprio analista. Os níveis interpretativos distribuem-se em três camadas :

1º A camada emocional, ou seja, o reconhecimento e absorção das qualidades.

2º A camada energética: quando o signo nos impele a uma ação física ou puramente mental.

3º A camada lógica, esta é a mais importante quando o signo visa produzir cognição.

Se o interprete não tiver internalizado a regra interpretativa para guiar uma determinada interpretação pode-se ficar sob a dominância do nível energético ou mesmo puramente emotivo. Por exemplo, quando os intérpretes que não têm conhecimento musical, ficam ao nível do interpretante emocional ou do energético. O mesmo acontece com a fotografia. Quando a pessoa não tem conhecimento ou consciência dos artificios que a produção de uma fotografia utiliza para atingir o resultado desejado, o interpretante acaba por considerar uma bela fotografia como a fotografia de algo belo, ficando apenas ao nível de interpretante de qualidades emotivas, ou energéticas.

Quanto ao interpretante final, este não pode ser nunca efetivamente alcançado por um intérprete particular, pois não deve confundir com empírico estático e definitivo. Final refere-se ao teor coletivo da interpretação, um limite ideal, aproximável, mas inatingível para o qual os interpretantes dinâmicos tendem. Como a pesquisadora deste trabalho não pode analisar o interpretante final sozinha, irá utilizar o contexto bibliográfico para se aproximar dele.

33. Algumas considerações pertinentes.

Santaella 2005, defende que a diferença que vai entre uma interpretação analítica e uma interpretação intuitiva muito embora a primeira não exclua a segunda, está na utilização que a análise

faz das ferramentas conceituais que permitem examinar como e porquê a sugestão a referência e a significação são produzidas. Em contraponto, para evitar as análises individuais e na tentativa de evitar a singularidade que lhes é própria, a ciência faz uso das pesquisas de campo pois estas têm por função avaliar que efeitos um dado processo de signos está produzindo em um determinado universo. Apesar da sua importância, não se pode esquecer que estas pesquisas baseiam-se em quantificações de atos interpretativos meramente intuitivos. O que se ganha em objetivação da interpretação perde-se em acuidade analítica. A importância desta acuidade para se conhecer o processo de signos advém do fato de que quando analisamos signos estamos diante de um processo interpretativo que tem por objetivo um outro processo que também tem natureza comunicativa interpretativa.

A semiose de acordo com Peirce é um processo ininterrupto, que regride infinitamente em direção ao objeto dinâmico e progride infinitamente em direção ao interpretante. O que nos obriga a realizar alguns cortes arbitrários sob ponto de vista externo mas internamente necessários: como e onde colocar o limite no objeto dinâmico. Os limites impostos a regressão do objeto devem ser ditados pelas exigências internas da análise de acordo com o que queremos revelar com a análise, que objetos ela visa atingir para sabermos onde deve parar o processo interpretativo.

Todo signo é múltiplo e modifica-se de acordo com o olhar do observador que na semiose analítica e está na sua posição de interpretante dinâmico, que também é signo em diálogo com o signo interpretado. Porém é preciso lembrar que o signo tem uma autonomia relativa em relação ao seu intérprete. Seu poder indicativo, evocativo e significativo não depende inteiramente do intérprete.

Nenhum signo pertence exclusivamente a uma dimensão signa apenas. Iconicidade, indexicalidade e simbolicidade são aspectos presentes em todo e qualquer processo sógnico. O que há é a preponderância de um desses aspectos sobre os outros. Não há nenhum critério apriorístico que pode decidir como uma dada semiose funciona pois tudo depende do contexto, da atualização e do aspecto pelo qual ela é estudada e analisada, o que há são conceitos para a sua aplicação. No caso desta pesquisa relembramos que a nossa perspectiva é a produção das imagens fotográficas produzidas pelo público. Quando analisamos semioticamente estamos sempre na posição de um intérprete singular, e por isso mesmo falível, o que aumenta nossa responsabilidade pois toda semiose tem uma objetividade semiótica que deve ser respeitada.

Imagens são hipoícones que representam seus objetos por semelhança, a iconicidade é apenas um aspecto de uma ação sógnica.

CAPÍTULO IX. ANÁLISES SEMIÓTICAS.

34. Introdução.

Este capítulo tem como intenção descrever as análises semióticas das imagens fotográficas selecionadas através dos critérios explanados no capítulo VII.

Os objetivos da análise semiótica são a acuidade na interpretação das imagens selecionadas, de aproximar direções potenciais do processo fenomenológico da experiência visual, de tentar descortinar os mecanismos agentes instaurados através do potencial inerente de cada signo em particular, e assim, sermos capazes de uma melhor compreensão da cultura por uma perspectiva da mediação das imagens fotográficas em recente produção.

Ao utilizarmos como direção das análises as categorias da tricotomia fenomenológica de Peirce: Primeiridade, Secundidade, e Terceiridade, tentamos representar o substrato lógico do fenômeno perceptivo na consciência humana, no caso desta pesquisa, mediado por imagens fotográficas em primeiro plano (um signo de fundamento indicial) mas também por textos, pois como descrito no capítulo VI, a coexistência de variadas mídias em simultâneo é uma característica da rede informática.

35. Análises.

35.1. Imagem 1. Selfies individuais.

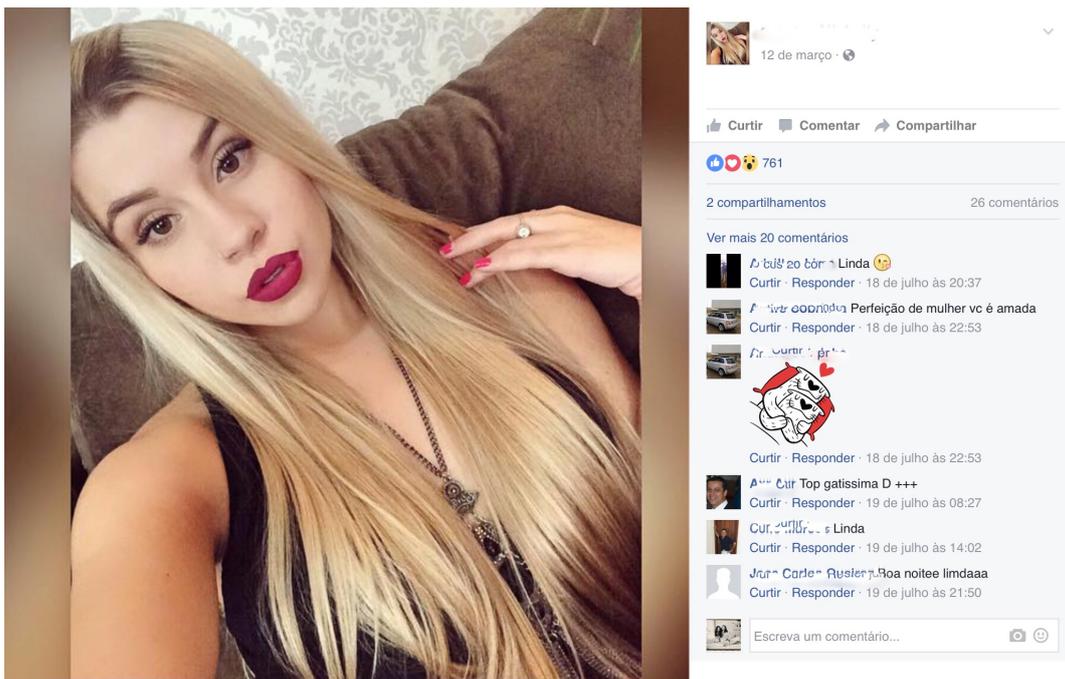


Fig. 1.9. Imagem analisada, Selfie individual. 2016

As *selfies* são fotografias que pertencem a ramificação dos retratos. Se fazer auto representar é algo que inicia com o advento da pintura e depois da fotografia. No princípio havia por norma, a mediação do modelo (como objeto representado), o aparato fotográfico e a orientação idealizada de um terceiro, no caso um profissional, e com passar do tempo e da democratização do processo fotográfico, de um outro qualquer, ou seja, havia por norma a mediação de um terceiro elemento. Com a chegada da era digital e das câmeras móveis que reverterem o foco para o usuário, o *selfie* se tornou uma modalidade de retrato.

A grande novidade é que o objeto dinâmico não é apenas o ser ausente e real ao qual a imagem faz referência, mas é também o idealizador desta imagem. A mediação do olhar de um outro que se somava ao da câmera foi substituído pelo olhar do próprio retratado.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

A primeiridade é de uma sutileza tão grande que para a nossa percepção, captá-la envolve frações mínimas de tempo e, por isso, a rigor e a princípio, estaria atrelada às puras qualidades (quali-signos) se nós, seres feitos de linguagem, tivéssemos a capacidade de captar algo desassociado da linguagem e, portanto, sem um referencial objectual. Ou seja, somos incapazes de perceber a pura sedosidade, o brilho puro. Sempre percebemos o brilho e a sedosidade de alguma coisa (cabelos, no exemplo). Assim sendo, a primeiridade acaba por ser associada imediatamente aos sin-signos. Entre parênteses tentamos demonstrar onde estão os quali-signos pois ao descrevê-los sempre trazem junto um sin-signo, principalmente se estamos abordando um signo de fundamento indicial, como é o caso da fotografia.

Ao percorrer o olhar pela imagem, destaca-se inicialmente o (longo) cabelo (dourado) de textura (sedosa) e (brilhante). Os olhos (grandes) e amendoados miram para um infinito qualquer. Os lábios (grossos) e (vermelhos) contrastam com a pele (branca) e (uniforme) assim como o verniz das unhas. O tecido do sofá apresenta textura (macia). Se isolarmos as palavras em parênteses, cada uma delas poderá fazer referência a diferentes coisas existentes, pois esta é uma característica dos quali-signos. Apenas quando o signo está vinculado a algo real, neste caso a mulher, os quali-signos estão atrelados aos sin-signos, e nossa percepção associa tais qualidades à representação na imagem, o objeto imediato.

2º Secundidade. O olhar observacional.

A percepção prossegue, os quali-signos juntam-se então aos sin-signos em parênteses: (cabelo) longo, (olhos) grandes, (lábios) vermelhos, (pele) sedosa, (unhas), (seios), e logo indicam que pertencem ao sexo feminino, nesta imagem uma mulher em singular e real. Chegamos então a secundidade, um sin-signo.

Quando estamos na secundidade estamos conectados com a designação das coisas, como elas se manifestam, a mediação entre o existente e ausente (objeto dinâmico) e sua representação (objeto imediato). Nosso olhar é descritivo: a mão esquerda da jovem mulher toca com a ponta dos dedos uma mecha do cabelo. Ela usa um anel no dedo médio e um colar até a altura dos seios, estes escondidos sob o longo cabelo. A posição do braço direito indica um objeto ausente. Ela poderia estar a se apoiar em alguém ou alguma coisa. Porém por convenção social formada pela grande profusão de dispositivos móveis dos dias atuais, a probabilidade dela estar a segurar um dispositivo é muito grande, logo nos indica que é ela mesma a realizar a fotografia. E por isso, temos a indicação de que o olhar na verdade está compenetrado no espelho do ecrã do aparelho. Ela tem as sobrancelhas arqueadas e os lábios entre abertos que projetam-se para a frente. O objeto imediato é designativo pois indica um ser singular, uma mulher jovem de longos cabelos loiros em um enquadramento onde um braço está cortado pela composição da imagem e outro aparece a tocar os cabelos. A juventude da mulher e as qualidades que a sua existência apresentam logo faz referência ao objeto dinâmico, ou seja, àquela pessoa em questão, onde a legenda do nome (apagado neste caso) reforça a designação de que se trata de alguém em particular, um ser único e real.

3º. Terceiridade. A interpretação.

Devido o enquadramento, posição dos braços, e por convenção das representações contemporâneas, logo deduzimos que o objeto imediato pertence a um estilo de representação muito em voga atualmente, o *selfie*.

O modo cuidado como a jovem está representada, as qualidades da sua aparência, as qualidades do rosto arredondado com cabelos loiros lhe dão um ar quase infantil, e logo se agregam a expressão dos lábios que ao se projetar para frente manifestam sensualidade, disposição, e receptividade ao objeto imediato. A expressão dos lábios da jovem mulher pode ser identificada como uma expressão facial muito representada nas fotografias atuais. O termo para a expressão é na língua inglesa *duck face* ou *fish face*. Alguns estudos mais voltados ao comportamento através da evolução da espécie humana apontam a origem da expressão para tempos remotos, como uma indicação de fertilidade feminina. Porém a verdadeira origem desta expressão facial continua desconhecida. O uso desta expressão é extremamente praticada pelo sexo feminino não apenas em selfies mas também em outras situações de representação.

Se fizermos uma pesquisa iconológica dos ideais de representação feminino, logo encontramos as referências da expressão *duck face* nas pin-ups da metade do século XX do famoso pintor Gil Elvgren. Influenciado por Charles Gibson, (ver pág. 35) e Howard Chandler Christy (1872-1952), Gil Elvgren fotografa as modelos primeiro para depois criar suas pinturas ao qual ele acrescentava seu ideal de mulher com uma sensualidade infantil e feições mais jovens e inocentes. Em 1937, Gil começou um calendário de pinturas de pin-ups para a Louis F. Dow, uma das principais empresas de editoração da América, durante o qual criou cerca de 60 obras. Ele se tornou muito famoso nos anos

70, produzindo campanhas para grandes empresas como Coca-Cola, General Electric, Sealy Mattress e The Saturday Evening Post.

Porém não é apenas na iconologia criada pela arte e pela publicidade que encontramos referências para esta imagem. Dependendo do universo visual do intérprete as *selfies* também podem sugerir uma forte referência às imagens pornográficas exibicionistas ou *voyer*. Isso porque a nossa visão também é formada pelo que desejamos ver e pelo potencial de sugestão próprio de cada imagem. Quando olhamos para a fotografia 1, a posição do braço direito criam linhas que partem da jovem e que se estendem para além do limite do enquadramento da imagem, tal perspectiva pode criar no observador uma sensação ou intuição como se este fizesse parte da cena, como se ela o estivesse a tocar, e como se o olhar dela estivesse compenetrado no observador e não no infinito ou em um dispositivo. A feição de sensualidade e o ambiente íntimo que o objeto imediato se encontram servem como indícios que podem reforçar ainda mais estas associações no intérprete.



Fig. 2.9 e 3.9. *As pin-ups de Gil Elvgren*⁵⁰.

Agora vamos partir para o que está ao lado da fotografia. As imagens nas redes sociais sempre estão associadas ao texto e o texto faz parte da leitura destas imagens. Como Lévy explica (pág.53) que é típico da cultura informática várias mídias coexistirem simultaneamente, logo, seria inadimplente da nossa parte renegarmos este fator.

Ao lado sempre temos o nome da pessoa ao qual a imagem pertence. Reforçando o fato desta imagem designar, ou seja ser um índice. Temos a data que foi publicada e o sinal do globo como ícone de referência da privacidade da imagem no facebook, nesta caso a fotografia é pública, qualquer usuário da rede pode vê-la. Em seguida temos as opções de interação que podemos ter e as interações que já foram feitas. Sinais de “gostei”, “amei” e “uau”! totalizam 761 interações. Aparecem dois compartilhamentos, 26 comentários do qual os seis últimos estão visíveis. Apesar de termos apagado o nome das pessoas para podermos preservar a sua privacidade, todas estas últimas pessoas pertencem

⁵⁰Disponível em:<https://www.visualnews.com/2012/05/15/pin-up-girls-before-and-after/>

ao sexo masculino. 1º comentário: “linda, beijo”. 2º comentário: “perfeição de mulher vc é amada.” 3º comentário: figura de dois ursos dormindo abraçados. 4º comentário: “top gatíssima D+++”. 5º comentário: “linda.” 6º comentário: “boa noite linda.”

Em todos os comentários os adjetivos atribuem valores positivos ao objeto dinâmico (a mulher real) que está representada pelo objeto imediato (sua aparência na fotografia).

Ainda que intuitivamente a maneira de se auto representar, através das roupas e expressões corporais podem indicar as referências de gosto, de valores assimilados através de um ideal simbólico que o retratado absorveu ao longo da sua vida e classificou como o seu próprio ideal de representação, ou seja, de um conhecimento por simulação absorvido e produzido por si mesmo através das suas referências visuais.

35.2. Imagem 2. Selfie na casa de banho.



Fig. 4.9. Imagem analisada. Selfie na casa de banho. 2016

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Vemos um pessoa do sexo (masculino) de pele (branca), cabelos (loiros), (calvo) com um corpo (forte) e (definido). O ambiente está envolto por cores (frias) e a iluminação possui um tom esverdeado.

2º. Secundidade. O olhar observacional.

Devido as características do ambiente, como os azulejos, e dos suportes do espelho que aparecem nos lados inferiores, temos a indicação de que o rapaz encontra-se em uma casa de banho. E por termos a indicação da existência de um espelho, chegamos a conclusão que trata-se de um *selfie* com o foco da câmera direcionado para o espelho. O homem está nu da cintura para cima. A mão direita se apoia no quadril e a esquerda segura o dispositivo. Ele olha para o dispositivo o que o deixa com olhos mais fechados e com um olhar estrábico. Apesar da calvice, indicando que o homem já está em idade adulta, a aparência do seu rosto e do seu porte físico indicam ser um jovem adulto.

3º. Terceiridade. A interpretação.

A primeira informação que temos é sem dúvida que se trata de um homem com um corpo atlético. As sombras projetadas em seu corpo indicam que a iluminação do teto encontra-se direcionada para o chão, criando um efeito plástico de luz e sombra que dão maior volume e definição à sua musculatura. Este efeito é frequentemente usado por profissionais para fotografar modelos e atletas. Talvez o objeto dinâmico representado na imagem não tenha este conhecimento, mas consiga reconhecer que o efeito da luz favorece a sua forma física naquele ambiente. No entanto, a luz fria do ambiente a somar com a pele branca e a sombra que se projeta no rosto do rapaz dão um ar mórbido a sua pessoa que contrasta com a força do seu porte físico. As selfies nas casas de banho talvez sejam uma falta de opção de melhores espelhos em casa, ou devido o efeito da luz, uma vez que a aparência da casa de banho em muitos destes géneros não são muito atrativas. O que há em comum nestas fotografias, e que talvez demonstrem a intenção do objeto dinâmico, é que o fato da selfie ser voltada para um espelho, possibilita ampliar o campo de visão sendo possível apresentar o corpo no enquadramento e não apenas a cabeça e os ombros como nas selfies mais tradicionais.

Ao lado da imagem o objeto dinâmico escreveu a seguinte legenda: “Talvez eu não esteja na minha melhor forma física, mas eu não faço competição! (aqui ficamos na dúvida se ele se refere aos profissionais de fisiculturismo ou se ele tenta ser sarcástico referindo-se a uma competição apenas social.) Eu ainda tenho 10 meses antes de estar em forma para o grande evento que eu tenho planejado - meu casamento. Isso significa que eu preciso continuar com o meu projeto para ter certeza de que eu tenho tempo suficiente para atender as expectativas no final. Espero conseguir estar um pouco mais magro que isto no próximo ano.” 12 likes.

Muitas vezes as imagens não bastam para que o produtor da imagem e neste caso, também objeto dinâmico, transmita a ideia que gostaria e por isso recorrem frequentemente ao texto. As legendas servem como uma orientação para a leitura da imagem, ou para completá-la. Neste caso entendemos que o objeto dinâmico se justifica quanto as próprias expectativas com relação a si mesmo.

35.3. Imagem 3. Celebrações.



Fig.5.9 Imagem analisada. Celebrações. 2016

Celebrações é um tema que nas categorias fotográficas pertenceu por muito tempo a dimensão das instituições culturais: família, estado e igreja. Eram fotografias feitas para arquivar ritos de passagem e memória, como nascimentos, casamentos, mudanças de governo, festas religiosas, etc. As fotografias de celebrações, eram inicialmente imagens que, ou pertenciam a uma esfera pública (artistas e políticos), ou pertenciam a intimidade das instituições familiares, guardadas com apreço em álbuns de fotografias e visualizadas apenas por aqueles que fossem próximos. Sua função era de arquivo e memória.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Na primeira impressão se sobressaem os quali-signos na (cor extremamente saturada) da imagem. A saturação predomina sobre todos os objetos, sobressaindo os (vermelhos) e (laranjas). A segunda coisa é a (alegria) presente na imagem. O ambiente é (íntimo) entre as três pessoas presentes.

2º Secundidade. O olhar observacional.

Na imagem encontram-se três mulheres jovens. Ambas possuem o braço direito estendido ao alto a segurar uma caneca de cerveja. Todas sorriem. A da direita e a do meio olham para a que está a esquerda. Talvez fosse esta a propor o brinde. Pratos com restos de comida aparecem em primeiro plano no enquadramento, indicando que ali houve uma refeição recentemente. Ao fundo percebemos que há uma esplanada, um homem sentado e um carro estacionado.

3º. Terceiridade. A interpretação.

Acreditamos que a escolha do filtro laranja para esta imagem deva ter sido feita por pura intuição pela pessoa que compartilhou esta fotografia. A cor laranja aqui é um quali-signo simbólico pois remete sempre a alegria e a prosperidade e vão de encontro com o tema da imagem que é uma celebração entre amigas. Percebe-se que todas estão satisfeitas e compartilham de um momento de descontração e alegria seguido de uma refeição. Ao lado da imagem lemos a legenda: “Mais um módulo conquistado com sucesso!!!” 123 likes. Seguido de comentários que parabenizam as mulheres presentes na imagem. O texto serve como uma afirmação de que a imagem refere-se à celebração de uma conquista.

Com o aparecimento das redes sociais que possibilitavam o compartilhamento de imagens, o público começa a compartilhar imagens do seu arquivo pessoal. Porém não são as redes sociais que iniciam a cultura do privado se tornando público, e sim o cinema documental e a tv. Um dos maiores exemplos foi quando o documentarista Craig Gilbert propôs a recém nascida tv pública americana “uma experiência antropologia cultural” por uma perspectiva da própria cultura. Nascia assim a série *An American Family*, um documentário que mostrava a história da família Loud, filmada 24 horas por dia durante 7 meses no ano de 1971. A partir de então uma cultura do *reality show* foi instaurada pelas mídias de massa e suas representações absorvidas pelo público a tal ponto que nos dias atuais é um dos temas fotográficos mais compartilhados pelos usuários da rede.

35.4. Imagem 4. Coquetéis.

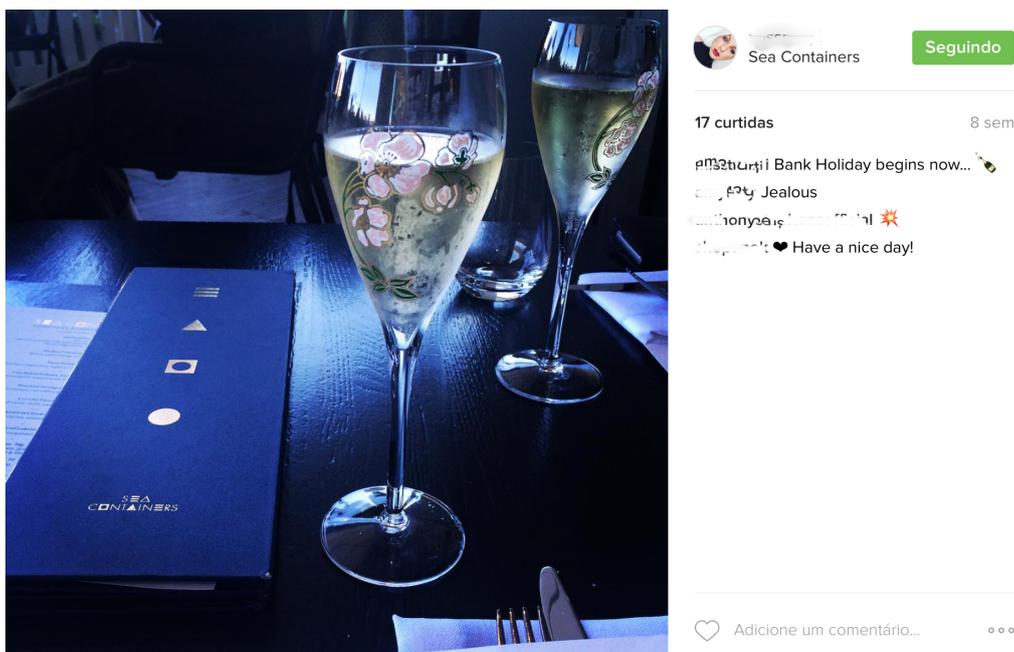


Fig. 6.9. Imagem analisada. Coquetéis. 2016

A categoria de coquetéis é um tipo de imagem que surge primeiramente na publicidade no seguimento das bebidas alcoólicas.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Se evidencia o (contraste dos tons de azul escuro) com os tons (metálicos) e o (brilho e transparência) das taças e do líquido. Uma sensação de (profundidade) é criada pela perspectiva do (retângulo em vertical) direcionando o olhar para o plano de fundo, onde não há nitidez suficiente. Uma (luz difusa) envolve todo o do ambiente.

2º Secundidade. O olhar observacional.

As taças e o cardápio sobre a mesa logo funcionam como indícios de que a imagem foi captada em um restaurante. E que se trata de um jantar ou almoço. Duas taças se apresentam servidas a mesa, o formato das taças indicam que o líquido pode ser um pró seco, champanhe ou vinho branco. No cardápio temos a representação com quatro ícones organizados verticalmente e na margem inferior lemos “Sea Containers”.

3º. Terceiridade. A interpretação.

Os quali-sígnos como os brilhos e contrastes agregam qualidades de requinte e sofisticação ao objeto imediato. A representação com flores que decoram as taças remetem a aromas adocicados e suaves. A decoração parece minimalista uma vez que os ícones no cardápio possuem formas simples. Há uma atmosfera de intimidade criado pela luz difusa e pela presença de duas taças servidas. Ao lado vemos a pequena imagem representando a quem a imagem pertence. Abaixo a localização da imagem analisada, “Sea Containers”. A imagem possui 17 curtidas e a seguinte legenda: “Começa agora o feriado... (ícone de uma garrafa de champanhe)”. A imagem possui três comentários: 1º “Com inveja”, 2º ícone explosão, 3º ícone coração “tenha um bom dia”.

A imagem possui claramente fundamento de signo indicial. A mensagem transmite uma experiência real: fui jantar/almoçar, onde fui, e fui acompanhada são formadas pelos indícios na imagem. Os comentários indicam que a imagem pertence a alguém que está a ter ou teve uma boa experiência. As bebidas alcoólicas em especial a champagne, possui uma forte herança visual, pois a bebida surge em um momento em que a história da arte começava a entrar do domínio da publicidade. A champagne, estava desde o início do seu aparecimento no mercado, relacionada a símbolos de requinte, boemia, beleza e sedução.

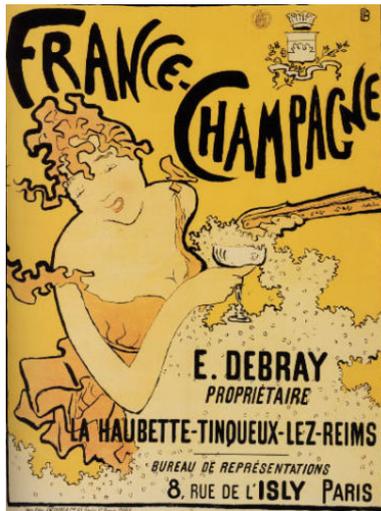


Fig. 7.9 Bonnard's, *Cartaz publicitário para Champagne* 1891.⁵¹ Fig. 8.9 Aphonse Mucha, *Moet Chandon White Star*, 1899.⁵²

35.5. Imagem 5. Refeições, *Porn Food*.



Fig.9.9. Imagem analisada. Refeições. 2016

⁵¹ O cartaz se refere ao mesmo em que o artista vence uma competição de design para a publicidade de champagne, e se encontra no início da expressão estética da Art Nouveau. Disponível em: <http://www.theartstory.org/artist-bonnard-pierre-artworks.htm>

⁵² Disponível em: <https://www.wikiart.org/en/alphonse-mucha/moet-and-chandon-white-star-1899>

As fotografias de refeição pertencem ao gênero “fotografias de comida”, que são uma especialidade da fotografia comercial, feitas para atender os seguimentos de publicidade e propaganda voltados a alimentação. É uma das categorias fotográficas que mais exploram os quali-signos como artifícios para promover efeitos mais atrativos no espectador. O termo *porn food* surge exatamente para designar o apelo visual criado para gerar desejo no observador.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo. O quali-signo (círculo) é sem dúvida o que mais (atrai) a (atenção) do nosso olhar, uma vez que os círculos remetem ao (movimento) e (expansão). Também a sua cor (azul roial) contrasta com as cores do seu interior (bege e marrom) que são muito semelhantes com a cor e a (textura) do fundo. Em seguida o olhar é atraído pelas cores e formas a volta do círculo e o (vermelho) devido o contraste, é o que mais capta a nossa atenção.

2º Secundidade. O olhar observacional.

Por ser um círculo com morangos e amoras a volta, logo há a indicação que se trata de um prato com alguma refeição. Sementes o decoram por dentro e por fora, enquanto há em seu interior uma textura que se aparenta endurecida e seca. O objeto imediato desta imagem (uma refeição) é reconhecível devido o prato, pois a textura no interior é ambígua.

3º. Terceiridade. A interpretação.

A imagem tem forte potencial em captar a nossa atenção devido as propriedades do quali-signo círculo. Ao mesmo tempo que sentimos uma (organização) dos pontos em vermelho dentro do círculo que remetem a um relógio, há também em contradição, um certo ar de (caos) pois os pequenos pontos brancos e marrons se encontram dentro e fora do círculo. Os quali-signos desta imagem estão muito presentes e apenas não ficam em primeiro plano porque a forma das frutas indicam que se trata de uma prato e de uma refeição. Existe de certo uma intenção estética na sua realização devido a maneira como está organizado, e na escolha das cores. Porém acaba por ser falho com relação as propriedades sensoriais uma vez que a textura do seu interior é muito semelhante ao da madeira do fundo, e ao se relacionarem por proximidade e semelhança, o conteúdo externo (madeira) acaba por dominar a percepção sensorial do conteúdo interno (ambíguo).

Ao lado temos uma pequena fotografia de uma menina deitada ao sol usando um biquíni. Localização: São João do Estoril. 702 curtidas, legenda em inglês e português e com a designação do conteúdo: “ Bom dia amores. Pequeno-almoço para levantar o astral. Ícone do coração. Papa de aveia germinadas com sementes de cânhamo e canela preparadas com cinco + mix de sementes ambos da @iswariofficial (endereço que abre o perfil da marca). Adocei com stevia. Gosto de tudo mega doce. Sem glúten/sem lactose. O costume. Ícone sorriso. Ícone beijinho com amor.”

Fica fácil associar o objeto imediato como um indício do estilo de vida do produtor da imagem. Este é o típico conteúdo de um consumidor autoral (pág.51) em um nível mais avançado pois a presença de uma marca de produtos indica que esta pessoa é um consumidor autoral muito ativo, e que usa o seu perfil nas redes sociais para se auto promover e muito provavelmente é patrocinado pela marca que

apresenta. O consumidor autoral é um segmento de mercado que se tornou extremamente comum nos dias atuais.

Uma das imagens mais fáceis de se encontrar em redes sociais pertencem a categoria das refeições. Porém na grande maioria, as imagens de refeições são feitas em restaurantes indicando não apenas o que a pessoa escolhe comer, como também os lugares onde ela frequenta. Aqui resolvemos escolher uma imagem, — também facilmente encontrada nesta categoria — onde o próprio produtor da imagem confecciona a refeição, nos dando uma maior referência da sua própria produção de conteúdo.

35.6. Imagem 6. Animais de estimação.

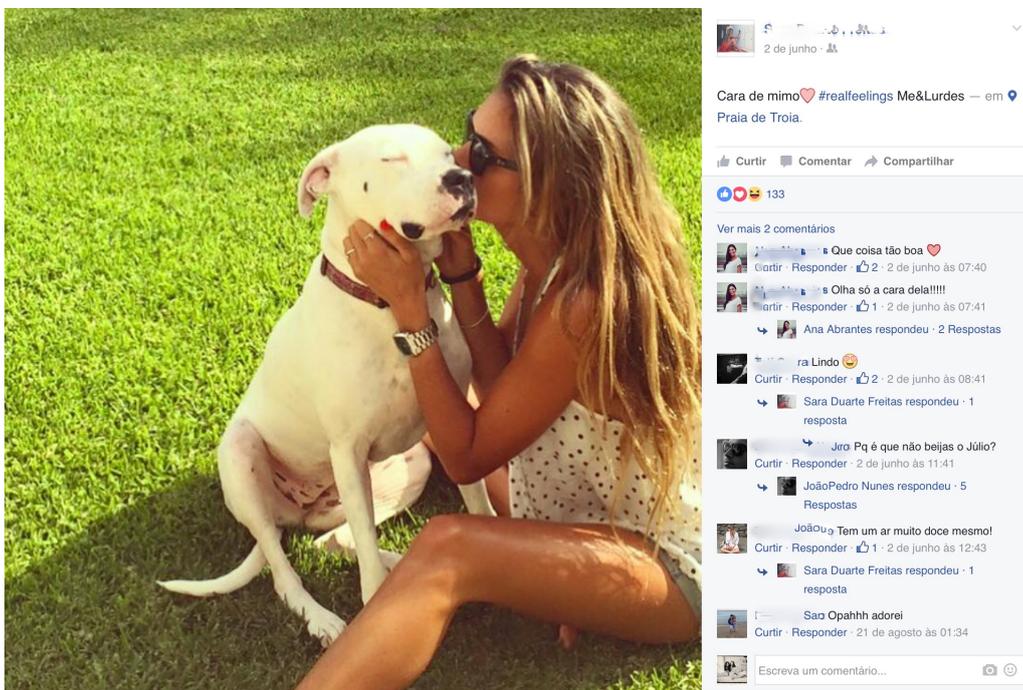


Fig. 10.9. Imagem analisada. Animais de estimação. 2016.

Fotografias com animais sempre existiram, porém as representações mais recentes apontam para valores voltados à consciência de preservação das espécies e amor a natureza, que surgem no movimento hippie dos anos 1970 e se acentuam no século XXI com as problemáticas envolvendo o consumo desenfreado e o aquecimento global.

Tais representações cresceram tanto nos últimos anos que criaram um novo seguimento na fotografia comercial, conhecido como *pets*. Assim como nas fotografias de bebés, os *newborn*, fotógrafos profissionais são contratados para registar os animais de estimação, e o destino das suas imagens são os álbuns de família.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Há na imagem uma (presença predominante do verde), porém a (ação) da imagem é o que mais nos prende o olhar. Afeto, entrega, ternura, são sensações muito dominantes na ação da imagem.

2º Secundidade. O olhar observacional.

A garota sentada no gramado, se encontra na mesma altura do animal, ela lhe segura a cabeça e o beija. O animal tem os olhos fechados e as orelhas para baixo. Ao observar que o animal possui mamas chegamos a conclusão de ser uma fêmea. A garota aparenta jovialidade e pelo bronzeado da sua pele, os óculos de sol e a presença de luz no gramado acabam por indicar ser um dia de calor, de primavera ou verão.

3º. Terceiridade. A interpretação.

O calor do ambiente se junta ao calor afetivo da imagem. Devido o tom amarelado do verde da grama e na cor do animal, a fotografia provavelmente recebeu um filtro cromado. A entrega da cadela ao gesto amoroso da humana é comovente, ao manter os olhos fechados sua expressão se assemelha a mesma expressão humana quando recebemos afeto. Nos remetendo assim a ideia de que os animais também possuem sentimentos como nós. Ao lado vemos que o objeto dinâmico também está na imagem. Na legenda a garota escreve: “Cara de mimo. Ícone do coração. Hashtag realfeelings, eu e Lurdes” em Praia de Tróia. 133 curtidas. Há seis comentários visíveis: 1º “Que coisa tão boa ícone coração”. 2º “Olha só a cara dela!!!!” 3º “Lindo ícone sorriso com coração. 4º “Por que é que não beijas o Júlio?” 5º “Tem um ar muito doce mesmo”. 6º “O pahhh adorei.”

Os comentários sempre acabam por servir como uma comprovação funcional positiva ou negativa da experiência proporcionada pela imagem, e da intenção do objeto dinâmico que se fez representar daquela determinada maneira.

35.7. Imagem 7. Vestimenta. *Look of the day* ou *out fit*.



Fig.11.9. Imagem analisada. Vestimenta. 2016.

Look of the day, ou *outfit* são denominações para a mesma categoria de fotografias. O termo faz referência as sessões dedicadas para aconselhamentos do que vestir, e as peças a conjugar encontradas nas revistas de moda.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Uma atmosfera (amigável) e de (frescor), promovidos pelo ambiente ao ar livre, com a presença de (tons pastéis, verdes e azuis).

2º Secundidade. O olhar observacional.

O objeto imediato apresenta uma jovem mulher postada de frente a uma mureta com os ombros e cabeça tombados para o lado, ela sorri e olha diretamente para a câmera. Como não é uma selfie há a mediação de um terceiro na realização da imagem. Em sua vestimenta ela usa calças de ganga azul escuro, camisa as riscas branca e azul claro, sapatênis florido, e uma pequena mala vermelha pendurada ao ombro.

3º. Terceiridade. A interpretação.

A jovem parece estar em um passeio durante uma tarde de primavera ou verão pelas ruas de alguma cidade, sua vestimenta é casual e simples. Ela se faz representar de frente. Sua postura deixa a cabeça e o ombro esquerdo caído para o lado, o sorriso é singelo assim como o seu olhar, a expressão corporal revelam certa timidez no momento da fotografia. A simplicidade desta representação está muito presente. Os sin-signos estão em primeiro plano pois o que se evidencia é aparência desta pessoa, como ela apresenta para o observador, onde ela está e como ela se veste.

Ao lado encontramos o seguinte texto: 135 curtidas. “Hashtag GOODNIGHT ícone lua minguante. Camisa de saldos @stradivarius. Calças de ganga velha @zara, sapatilhas velhas @primark bolsa velha @primark #followme #Follow #outfits #fashion #Makeup #Trendy #Style #nailpolish #nails #Hair #Instadaily #Hairstyle #Complements #Instafashion #Instagood #instamode #instalike #love #instablogger #fashionblogger #fashionista #instapic #outfit #lookoftheday#zara #primark #Denim#”
Comentários: 1º “ hashtag aperte aqui para impulsionar o seu instagram e vários ícones de laços cor de rosa”, 2º boa noite bonita, gosto do visual ícone beijinho. 3º Eu adoraria compartilhar a sua foto se você não se importa?”

O texto demonstra que a jovem compartilha um gosto por moda. Ela também revela que usa marcas populares, muito conhecidas e baratas e que algumas peças são velhas. A quantidade de hashtags presentes no seu comentário é um indício que a jovem intenta por muitas conexões uma vez que cada hashtag possibilita um nó diferente, ou seja, diferentes e maiores audiências. No primeiro comentário vemos que alguém entendeu o seu desejo de se conectar e propõe uma página onde ela possa encontrar mais seguidores, no segundo alguém elogia o seu visual, e no terceiro alguém pede para compartilhar a sua imagem.

Este também é um típico caso de consumo autoral, onde o consumidor expõe o seu gosto e referências, produzindo conteúdo através das suas escolhas, (nesta caso roupas simples, e de marcas baratas) como meio de criar conexões com outros usuários.

Um dos nomes que mais ajudaram a popularizar estes conselhos foi Diana Vreeland (1903-1989) um ícone da moda internacional, colunista e editora de duas das maiores publicações editoriais do ramo, a *Vogue* e *Harper's Bazaar*. Em mais de 40 anos de ligação com o mundo da moda, era chamada de "oráculo", "sacerdotisa da moda" e "fabricante de mitos".⁵³ “*Give them what they never knew they wanted*” é uma das famosas frases de Vreeland.

⁵³ Mais informações sobre Diana Vreeland: <http://www.nytimes.com/1989/08/23/obituaries/diana-vreeland-editor-dies-voice-of-fashion-for-decades.html?module=Search&mabReward=relbias%3Ar>

35.8. Imagem 8. Pôr do sol.

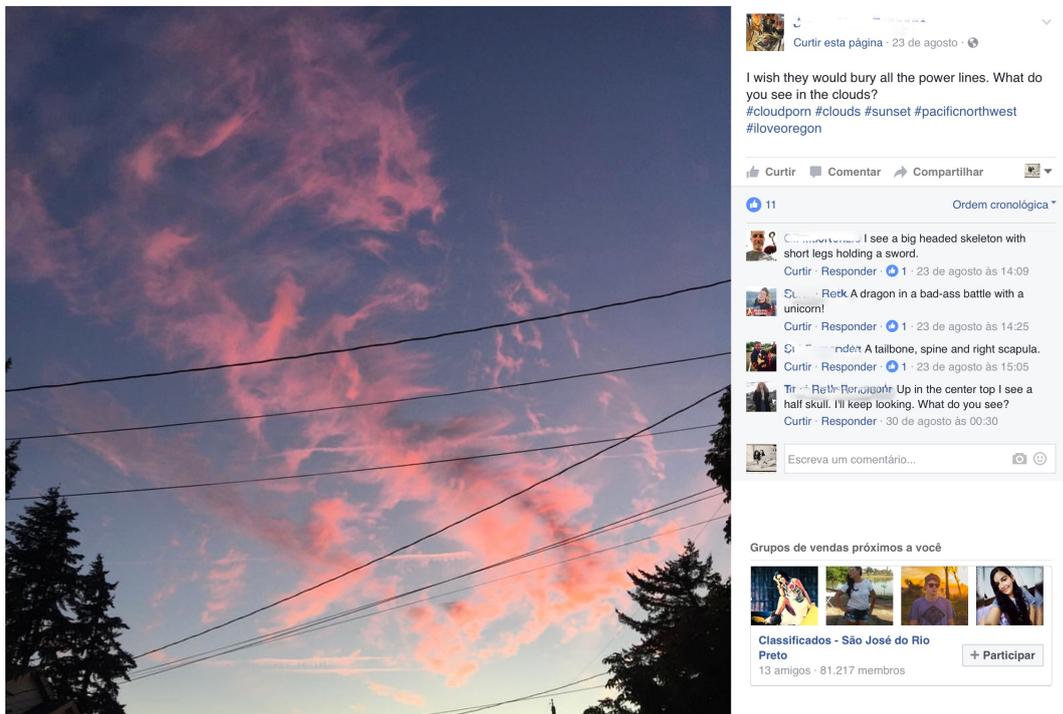


Fig. 12.9 Imagem analisada. Pôr do sol. 2016

Dentre todas as imagens apresentadas esta é a que menos possui referências com outras ramificações da fotografia. O tema *pôr do sol* pertence a categoria de fotografias de paisagem, porém esta imagem em particular não se encaixa nesta categoria, uma vez que as fotografias de paisagem possuem em comum uma dimensão fortemente marcada pela linha do horizonte.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Há a presença de um (azul degradê mais para o tom arroxeadado) no topo da imagem transformado-se em um (azul mais claro) na parte inferior da imagem. Ao centro uma grande (mancha disforme de cor rosa fluorescente) espalha-se sobre o plano bidimensional. (Linhas paralelas) se cruzam entre as margens direita e esquerda do enquadramento. Na parte inferior das margens esquerda e direita há a presença de formas com aparência (chamuscadas).

2º Secundidade. O olhar observacional.

Apesar de não vermos o sol entendemos que há indícios do pôr do sol nesta imagem, pois são estas as cores do céu e das nuvens que nos levam a reconhecer a presença do pôr do sol. As árvores estão apresentadas em positivo, um resultado óptico criado quando o objeto está contra a luz, ou seja, o sol está atrás da perspectiva de observação das árvores. Os fios de eletricidade também nos servem como indícios que estamos em algum lugar que nos conecta com a urbanização. Todos estes elementos põe o signo indicial em primeiro plano.

3º. Terceiridade. A interpretação.

No entanto, apesar de ser uma imagem de fundamento indicial, a imagem possui potencial de sin-signo do tipo simbólico pois sua composição conecta-se a uma herança de cultura visual vinculada ao sol, podendo associar a imagem a uma atmosfera mística, nostálgica e até mesmo poética. Conscientes ou não das nossas referências visuais, carregamos na nossa memória cognitiva associações tão antigas quanto as nossas primeiras experiências perceptivas.

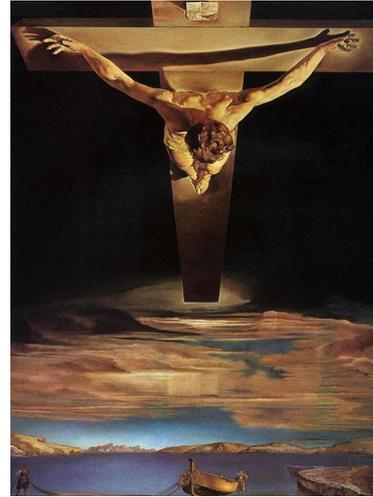


Fig. 13.9 Claude Lorrain , *Paisagem com Apolo e Mercúrio*, 1645.⁵⁴ Fig.14.9 Salvador Dalí, *Cristo de San Juan de la Cruz*, 1951⁵⁵.

O pôr do sol, assim como uma das diversas representações do sol, não é apenas um tema clichê na fotografia, todavia um tema incansavelmente abordado no arquivo visual da humanidade. O contraste e saturação das cores do céu do momento em que o sol se põe agregam drama e vitalidade a experiência visual. Apenas o elemento sol como signo simbólico, atravessou milênios e diferentes civilizações. Desde Rá a Hélios, Apolo, e Luís XIV que tinham o sol como símbolo do seu poder, ou mesmo desde a sua função ontológica como fonte de energia. O aspecto místico, talvez não seja associado conscientemente em primeira instância pelo intérprete, porém isto não quer dizer que este mesmo intérprete não tenha absorvido através da sua cultura e referências visuais, as nuances místicas que envolvem o pôr do sol.

O pôr do sol está geralmente associado a representações e ritos de passagem, ou momentos épicos, talvez justificando a nostalgia e mística que o seu símbolo carrega.

A associação com o potencial de sin-signo simbólico é apenas uma das possíveis interpretações do sol e seus indícios em uma imagem.

Direcionamos agora nossa atenção para o texto ao lado da imagem e neste momento cria-se uma nova conexão de significados. A pessoa que compartilha a imagem escreve a seguinte legenda: “Eu

⁵⁴ Disponível em: http://www.auladearte.com.br/historia_da_arte/claude_lorrain.htm#axzz4OgYILYja

⁵⁵ Disponível em: <https://surrealismopordos.wordpress.com/2013/11/21/cristo-de-san-juan-de-la-cruz-1951/>

gostaria que eles desaparecessem com todos os fios de eletricidade. O que você vê nas nuvens? #cloudporn #cloud #pacificnorthwest #iloveoregon”. A imagem possui 11 likes e 4 comentários: 1º “Eu vejo uma grande cabeça de esqueleto com pernas curtas segurando uma espada. 2º “Um dragão em uma batalha ferrada com um unicórnio.” 3º “Um cóccix, a coluna e a escápula direita.” 4º “Bem no centro eu vejo uma caveira. Eu vou continuar olhando. O que você vê?”

A pessoa que compartilha imagem, propõe através do seu texto e imagem do pôr do sol uma atividade lúdica de viés cognitivo com a sua audiência, e direciona o foco da interpretação da imagem para as nuvens.

Conhecido como *pareidolia*, a proposta de quem compartilha a imagem, se trata de um fenômeno psicológico que envolve um estímulo vago e aleatório, geralmente uma imagem ou som, sendo percebido como algo distinto e com significado. Acaba por ser comum ver imagens que parecem ter significado em nuvens, montanhas, solos rochosos, florestas, líquidos, janelas embaçadas e outros tantos objetos e lugares. A *pareidolia* é um tipo de *apofenia*.⁵⁶ Apesar de também ser descrita descrita como um sintoma de psicose, a apofenia ocorre em indivíduos perfeitamente saudáveis mentalmente.

A teoria da Gestalt dá a este fenômeno o nome de “Figura-Fundo”, que diz que “ao observarmos diversos fenômenos ao nosso redor, tendemos a organizar esses dados de maneira a minimizar as diferenças e mudanças, preservando a sua unidade e integridade. A base deste fenômeno é nossa tendência de perceber uma figura contra o seu fundo. Esse fenômeno pode influenciar nossa tendência a ver configurações, mesmo quando os elementos individuais não mantêm qualquer relação com o composto que vemos; por exemplo, configurações nas nuvens, nas montanhas, etc.”⁵⁷ Ou seja, nosso cérebro tem a tendência natural de organizar informações desconexas e fazer com que percebamos algo conhecido em elementos desconhecidos.

⁵⁶ *Apofenia* é um termo proposto em 1959 por Klaus Conrad para o fenômeno cognitivo de percepção de padrões ou conexões em dados aleatórios. É um importante fator na criação de crenças supersticiosas, da crença no paranormal e em ilusão de ótica

⁵⁷ <http://graphicdesign.spokanefalls.edu/tutorials/process/gestaltprinciples/gestaltprinc.htm>

35.9. Imagem 9. Pernas. *Hot dog legs*.



Fig. 15.9 Imagem analisada. *Hot dog Legs*. 2016

Este género de fotografias está intimamente conectado aos álbuns de fotografia de viagem pessoais e também possui fortes referências com as fotografias de publicidade no segmento de turismo.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Dominam os (tons verdes e azuis) na imagem. Em primeiro plano apresenta-se dois (cilindros com pontas arredondadas) e de cor (bege claro). Em segundo plano, uma (longa linha) atravessa o canto inferior direito da imagem e desaparece antes de atingir a margem esquerda da imagem. Em terceiro plano uma (linha horizontal divide os tons de azul e verde) e um (ponto escuro) sobre a (margem horizontal) destaca-se ao fundo.

2º Secundidade. O olhar observacional.

Apenas reconhecemos como duas pernas os elementos em primeiro plano devido o nosso repertório visual adquirido pelo reconhecimento do nosso próprio corpo, uma vez que a perspectiva da imagem é a mesma que qualquer objeto dinâmico teria em uma situação igual, porém real. Também em segundo plano há um barco ancorado na margem direita da imagem, sobre um mar sem ondas e em terceiro plano reconhecemos uma ilha na linha do horizonte.

3º Terceiridade. A interpretação.

A imagem tem uma mensagem muito clara de uma experiência de relaxamento, contato com a natureza, lazer, descanso, calma e liberdade. Esta imagem tem um forte poder de sugerir, e ou convidar o observador para fazer parte da cena através de dois artifícios conjugados: o da perspectiva, (herança visual do Renascimento) que se estende para fora do enquadramento da imagem e do sin-signo indicial: as pernas relaxadas sobre a areia mas no qual não se distinguem a quem em particular pertencem, podendo ser de qualquer pessoa.

A categoria *hot dog legs*, possui uma característica muito própria: sempre têm como plano de fundo uma paisagem agradável ou paradisíaca. Vistas de piscinas, praias, parques naturais e montanhas são as típicas paisagens presentes nesta mensagem. Estão fortemente associadas as atividades de lazer e turismo.

Este tipo de representação em que as pernas aparecem deste modo é desconhecido. Mas o termo *hot dog legs* foi criado por um blogueiro de comida Alexis Brault em 2013, onde ele faz imagens de salsichas reais e mistura com imagens das pernas, seu blog se tornou extremamente popular a partir de então.

Este também é um exemplo das ações de consumo autoral, em que um autor de conteúdo sobre comida faz uma brincadeira sobre um tipo de representação fotográfica em voga, resultando na denominação popular deste tipo de fotografia.



Fig.16.9. Autor desconhecido. *Hot dog legs*, 2013⁵⁸

⁵⁸ Disponível em: <http://hot-dog-legs.tumblr.com>

35.10. Imagem 10. Asa de avião.



Fig. 17.9. Imagem analisada. *Asa de avião*. 2016

Este gênero de fotografia está associado aos álbuns de fotografia de viagem e também possui fortes referências visuais criados pela publicidade no segmento de turismo.

1º. Primeiridade. Fenômeno qualitativo.

Quando buscamos os quali-signos nesta imagem percebemos a presença das (cores azul e verde) delimitados por uma (margem no centro de um círculo) entrecortado pelo enquadramento da fotografia. Há a presença de uma (luz intensa) no topo esquerdo da imagem.

2º Secundidade. O olhar observacional.

O horizonte define a divisão das cores que separam o céu do mar. O céu está limpo, sem a presença de nuvens. O sol brilha intenso e seus raios penetram pela janela do avião. A asa direita do avião está visível e pela perspectiva indica que o fotógrafo viaja na classe econômica. É possível ver também que não está muito alto devido a proximidade da costa. Ou estava prestes a aterrissar ou acabara de decolar.

3º. Terceiridade. A interpretação.

A vista que se tem de dentro de um avião indica que estamos a nos locomover a trabalho ou a lazer. A altura que nos encontramos com relação a terra, que é o nosso habitat natural, é sempre uma perspectiva incomum à nossa visão diária caso não sejamos pessoas que viagem de avião com muita frequência, logo nos encontramos literalmente acima dos outros.

Apesar de hoje ser considerado um meio de transporte acessível economicamente, esse fácil acesso ainda é muito recente e por isso permanece uma tradição de status muito relacionada para quem viaja de avião. O objeto imediato é representado por um sin-signo, o avião. Porém legi-signos simbólicos estão muito presentes nesta imagem. São o horizonte, o sol, o céu e o mar e apesar de serem sin-signos possuem grande potencial como legi-signos do tipo simbólico, uma vez que são elementos constantemente presentes nas iconografias. A vista que se tem do alto e do vasto horizonte também são legi-signos do tipo simbólicos com potencial de remeterem a superação, superioridade ou liberdade, podendo reforçar estas sensações para quem viaja de avião. A presença do sol como símbolo de prosperidade e vida também podem estar associados a mesma mensagem. Ao lado vemos que a imagem pertence a um mulher, com a seguinte legenda “Espionando”. Localização: Vitória. 32 pessoas gostaram da fotografia.

Extremamente divulgadas pela publicidade a partir da primeira década do século XX, as fotografias de viagens de avião aparecem no início da indústria do transporte aéreo comercial. A *Imperial Airways* da Grã-Bretanha foi a única companhia aérea que fazia voos internacionais nas décadas de 1920 e 1930, e foi responsável por mostrar aos ricos e famosos todos os lugares que eram de domínios da Coroa Britânica. A propaganda impressa foi imprescindível para que a *Imperial Airways* espalhasse sua mensagem de que luxo e aventura.



Fig 18.9 General Photographic Agency, *Passageiros aproveitando uma bebida e um jogo de cartas na cabine de um avião Imperial Airways, 1930*⁵⁹.

⁵⁹ Disponível em: <https://punditfromanotherplanet.com/2013/11/30/what-international-air-travel-was-like-in-the-1930s/>

CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Toda esta pesquisa — desde a contextualização histórica da fotografia por uma perspectiva dos seus paradigmas e significados, até as análises semióticas das imagens fotográficas, — teve como proposta nos fornecer uma melhor compreensão dos signos que a imagem fotográfica é capaz de transmitir e do seu potencial nos processos comunicativos e socioculturais.

Analisar os signos transmitidos no passado através da fotografia, nos possibilitou entender como o aparecimento e recepção de certos signos acontece de acordo com uma determinada contextualização história, social e cultural, isto porque os signos refletem a própria cultura que os geram.

A contextualização histórica também nos forneceu um melhor entendimento das transições dos signos através das imagens fotográficas, assim como uma melhor compreensão de que os seus agentes e promotores não precisam ser necessariamente a tecnologia, a história e a cultura. O pensamento idealizado das representações funciona como uma chave mestra que nas mãos de um indivíduo ou pequenos grupos pode ser capaz de se utilizar da história, da tecnologia e da cultura como portas e, ao abri-las, lançar sobre os coletivos suas ideias. Entender estes processos foi de fundamental importância para nos ajudar a articular nossas reflexões sobre as imagens contemporâneas analisadas semioticamente nesta pesquisa.

Podemos ainda associar todo este mecanismo simbólico gerado pelas imagens como um *dispositivo*, termo que o filósofo Giorgio Angamben (1942 -) desenvolve para analisar os processos de subjetivação.

“Dispositivo passa a ser qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interpretar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos. Dividindo todo o existente em duas grandes categorias: os seres vivos e os dispositivos.” (Angamben, 2009: 4)

Cada imagem analisada neste trabalho representa diferentes signos que refletem aspectos singulares, porém quando apresentados em conjunto com as outras imagens analisadas, dialogam umas com as outras através das suas mensagens e se complementam para formar um corpo maior de significação. Este corpo de signos, seria um dos aspectos fundamentais da contemporaneidade, que funciona como um coletivo de significações da cultura atual.

A primeira coisa que nos chamou a atenção neste corpo de significações foi a presença constante das representações direcionadas ao indivíduo que as produz. Desde a sua aparência física, até representações que serviam como indícios referencias do seu próprio mundo como suas experiências, estilo de vida, de gosto e consumo. Diferentemente da herança visual das fotografias documentais, jornalísticas, e artísticas, — onde o outro indivíduo ou coletivo está no foco da observação de quem as produz e, apenas o modo de olhar do seu produtor pode dar indícios da sua persona, — as fotografias produzidas pelo público e compartilhadas nas redes sociais são focadas quase que exclusivamente no universo de quem as produz.

De todos os meios que se utilizaram da fotografia e colaboraram para construir o nosso universo de referências imagéticas, a publicidade mais do que qualquer outra categoria fotográfica, nos parece fornecer a principal fonte de referências visuais das imagens analisadas. A característica mais importante da publicidade é vender um mundo idealizado por imagens com forte carga estética, erótica e emocional, onde o foco é a eterna sedução do seu observador, e onde não há espaço para o feio, a tristeza, o fracasso, e a dor. Ao produzirem livremente imagens onde estes recentes produtores substituem o mundo de glamour das celebridades, modelos e artistas pelo seu próprio mundo de felicidade e sedução, poderíamos em um primeiro momento pensar que de certo modo, ocorre uma vingança contra a publicidade. Pois ao serem aptos de fazer o que a publicidade fez, produzindo seus próprios conteúdos para incutir no seus próprios observadores os mesmos ideias promovidos pela publicidade (como o glamour de um mundo ausente de conflitos, onde tudo é feito para criar apetite ou inveja nas suas audiências), significa que já não estão numa condição passiva na sua relação com a publicidade. E assim, tornam-se vendedores e produtores do mesmo sonho, apesar de continuarem a comprar tudo o que a publicidade os induz, como é um dos aspectos da dinâmica do consumo autoral.

Porém, se olharmos com maior profundidade, — que é a proposta da análise semiótica destas imagens, — podemos ver o quanto as nossas representações são definidas pelos valores que a publicidade nos incutiu atreladas aos nossos atos de consumo, e o quanto somos na grande maioria, movidos por estes ideias na nossa vida pública e quase que praticamente em todas as representações que criamos de nós mesmos. E assim, talvez possamos começar a reconhecer o potencial que estas imagens possam ter para influenciar e definir nossas relações, pois ao construir opiniões distorcidas sobre nós e sobre os outros, a simulação passa a fazer parte não apenas da maneira como adquirimos conhecimento, mas também da base sólida de como construímos nossa realidade. “Logo, fingir ou dissimular deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, está apenas disfarçada, enquanto que a simulação põe em causa a diferença do “verdadeiro” e do “falso”, do “real” e do “imaginário”. (Baudrillard, 1981: 11)

E então percebemos que a publicidade continua sendo o oposto da liberdade; é a sua presença dominante em todos os espaços coletivos e da comunicação, nas ruas, nos livros, revistas, na tv, na internet, e agora mais do que nunca, em nós mesmos. Conseguiríamos então reconhecer que na verdade somos crianças, que ao imitarem os erros dos pais com uma nova roupagem nos tornamos os revolucionários de uma causa fantasmagórica? Teríamos maturidade para reconhecer que o único vencedor foi e ainda é o simulacro?

“Nesta passagem a um espaço onde a curvatura já não é a do real, nem da verdade, a era da simulação inicia-se, pois, como um liquidação de todos os referenciais — pior: com a sua ressurreição artificial nos sistemas de signos, material mais dúctil que o sentido, na medida em que se oferece a todos os sistemas de equivalência, a todas as oposições binárias, a toda álgebra combinatória. Já não se trata de imitação, nem de dobragem, nem mesmo de paródia. Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo o processo real pelo seu

duplo operatório, máquina sinalética metaestável, programática, impecável, que oferece todos os signos do real e lhes curta-circuita todas as peripécias. O real nunca mais terá a oportunidade de se reproduzir — tal é a função vital do modelo num sistema de morte, ou antes da ressurreição antecipada que não deixa já qualquer hipótese ao próprio acontecimento da morte. Hiper-real, doravante ao abrigo do imaginário, não deixando lugar senão à recorrência orbital dos modelos e à geração simulada das diferenças.” (Baudrillard, 1981: 9)

Qual outro objeto mediático poderia ser mais útil para o simulacro do que a fotografia, se esta é capaz de ultrapassar com tamanha facilidade o seu fundamento de signo indicial e se tornar símbolo, lei, norma, hábito? Qual outro objeto mimético teria maior capacidade de chegar tão perto do imaginário que a barreira que os separa se torna tênue, e já não sabemos mais distinguir quando este objeto mimético do mundo muda de polaridade com este mesmo mundo e passa a ser ele, objeto de imitação?

Para Barthes, a essência da simulação é o que faz a fotografia aproxima-se da arte mais pelas características que mantém com o teatro do que com a pintura. “ora, Daguerre quando se apossou da invenção de Niepce, explorava na praça Châteou (na République), um teatro de panoramas animados por movimentos e jogos de luz. A câmara obscura, em suma, deu ao mesmo tempo o quadro perspectivo, a Fotografia e o Diorama, sendo todos os três artes de cena;” (Barthes, 1980: 32)

O imaginário como aspecto da visualidade é algo que está além de pertencer somente as representações idealizadas da publicidade e aos potenciais da imagem digital. O imaginário pode ser um registo psíquico correspondente ao ego (o eu) do sujeito, amplamente estudado por Freud e Lacan e, de acordo com um notável número de investigadores tem simbolizado o tempo presente. O Narciso contemporâneo é o perfil característico do homem atual: “o narcisismo designa a emergência de um perfil inédito do indivíduo nas suas relações consigo próprio e com o seu corpo, com outrém, com o mundo e com o tempo, no momento em que o capitalismo autoritário dá a vez a um capitalismo hedonista e permissivo” (Lipovetsky, 2005 :49)

Quando Freud escreveu *Introdução ao narcisismo* (1914) percebeu que não existe de início uma unidade compatível ao eu do indivíduo, devendo este eu ser construído. Ao desenvolver o pensamento de Freud em *O estágio do espelho como formador da fundação do eu tal como nos revela a experiência analítica* (1971), Lacan utiliza o esquema ótico para demonstrar como este é capaz de iniciar a constituição do eu como também da relação do sujeito na relação especular.

“O estágio do espelho resume-se no interesse lúdico que a criança demonstra entre os 6 e os 18 meses de idade por sua imagem especular. Ao reconhecer a sua imagem como aspecto que a distingue dos outros, a criança passa a se interessar por ela. Porém, devido o seu estágio pré-maturo (fisiologicamente falando), a criança está em uma relação constitutiva de desamparo, e a experimentar uma discordância intra-orgânica. Portanto segundo Lacan, se a criança exulta quando se reconhece em sua forma espetacular, é porque a completeza da forma se antecipa com relação ao que

logrou atingir. A imagem é sem dúvida a sua mas ao mesmo tempo é a de um outro, pois este está em déficit com relação a ela. E devido a este intervalo, a imagem de fato captura a criança e esta se identifica com ela. A partir daí Lacan desenvolveu a ideia de que a alienação imaginária, quer dizer, o fato de identificar-se com a imagem do outro é constitutiva do eu no homem e que o desenvolvimento do ser humano está escondido por identificações ideais. É um desenvolvimento no qual o imaginário está inscrito, e não um puro e simples desenvolvimento fisiológico.” Miller (1977: 16-17).

Assim como no mito de Narciso, a consciência crê se encontrar no reflexo das criaturas e se perde naquilo que não é ela. A metáfora de Narciso marca a condição humana que está sempre em busca de uma completude negada e por isso insiste, na capturada incansável de imaginários que simulam um sentido onde o sentido está em falta.

A fotografia sempre esteve associada ao mito de Narciso. Porém, o que podemos considerar é que a fotografia apenas ampliou o mito na consciência humana. Barthes (1981) foi um dos autores que atentou-se sobre os efeitos da imagem fotográfica na civilização:

“Ver-se a si mesmo (e não em um espelho): na escala da História, esse é um ato recente, na medida em que o retrato, pintado desenhado ou miniaturizado era até a difusão da fotografia, um bem restrito, destinado, de resto a apregoar uma situação financeira e social — de qualquer maneira, um retrato pintado por mais semelhante que seja, não é uma fotografia. É curioso que não se tenha pensado no distúrbio (de civilização) que esse ato novo traz. Eu queria uma História dos Olhares. Pois a fotografia é o advento de mim mesmo com o outro: uma dissociação astuciosa da consciência de identidade. (Barthes, 1981: 19).

O que Freud, Lacan e Barthes diriam se soubessem, que grande parte da sociedade economicamente ativa no século XXI, estaria munida com um dispositivo projetado com um esquema ótico capaz de atuar como um espelho e de registrar a imagem nele projetada? Estariam os mais recentes meios fotográficos a nos induzir para uma imersão no mito de Narciso? Ou estariam apenas a refletir um estado coletivo de consciência? E a nova configuração social da comunicação, qual o peso real estaria a favor dos signos contemporâneos?

Um dos autores que melhor desenvolvem a condição do indivíduo por uma perspectiva da cultura contemporânea e o compara ao mito de Narciso, é Gilles Lipovetsky. Enquanto Paul Virilio argumenta sobre os efeitos nocivos da transformação na percepção de tempo e localização que a informática causa, Lipovetsky exemplifica como o processo de individualização narcisista relaciona-se com um tempo marcado pelo momento presente.

“Viver no presente, apenas no presente e não já em função do passado e do futuro, é esta perda do sentido da continuidade histórica, esta erosão do sentimento de pertença

a uma sucessão de gerações enraizadas no passado e prolongando-se no futuro que, segundo Chr. Lasch, caracteriza e engendra a sociedade narcísica.” (Lipovetsky, 2005: 30).

Para Lipovetsky o narcisismo não é a causa de uma consciência desencantada mas um efeito do crescimento de uma lógica social hedonista impulsionada pelo universo dos objetos e signos e de uma lógica social terapêutica e psicológica, elaborada a partir do século XIX com base na abordagem psicopatológica.

É no momento em que os mecanismos de personalização reorganizam os sectores da vida social, despertando a auto afirmação — que tem a sua condição orientada pelo outro, e conseqüentemente com necessidade de aprovação do outro, — surge o narcisismo, cria-se assim uma relação que a existência do eu depende do outro. Os mecanismos que reorganizam os sectores da vida social e que geram processos de personalização, ou do adestramento social, se assim podemos dizer, já não se efectuam através da repressão disciplinar ou pela admiração ao sublime, antes, efectuam-se por meio da auto-sedução.

Como uma nova tecnologia de controle complacente e autogerida, o narcisismo aproxima desaproximando de acordo com um social líquido, que enaltece o universo da plena realização do ego. Aos poucos somos arrastados por uma onda de neutralização e banalização sociais, em que apenas a esfera privada se mantém de pé. O narcisismo como explica Lipovetsky, “surge como uma forma inédita de apatia feita de sensibilização epidérmica ao mundo e simultaneamente de profunda indiferença em relação a ele: paradoxo que explica parcialmente a plethora de informações que nos assaltam e a rapidez com que os acontecimentos massmediatizados se expulsam uns aos outros, impedindo toda e qualquer emoção duradoura.” (Lipovetsky, 2005: 51). E por isso entendemos que, diante de um sistema personalizado somente resta ao indivíduo preservar seus bens materiais, sua saúde física e psicológica, que parece ser mais funcional do que ter que dar conta da ameaça económica e ecológica.

Outros processos de individualização também podem ser observados a margem do corpo de significações das fotografias analisadas. Ao irem na contramão dos valores anunciados pelas normas de apresentação, podemos observar uma afluência de nós com maior ou menor intensidades que aparece mais distantes a volta do corpo de significados da nossa análise.

Neste exemplo específico as imagens pertencem quase sempre ao sexo feminino. Por serem em maior número a produzir imagens de si mesmas, e por ainda ser a presença da mulher objeto predominante nas representações, (condição que após a sociedade em rede permanece apesar do crescente número de homens nas fotografias), se mantém o uso das convenções da presença social da mulher, que continua diferente com o tipo de presença social do homem. Enquanto as representações da mulher têm sua base construída em uma representação que agrada o olhar masculino (Ver imagem 1, *selfies individuais*) a presença do homem continua muito dependente da promessa de força que ele incorpora, podendo ser moral, física, temperamental, econômica social, sexual, mas o objeto é sempre exterior ao homem, sugerindo aquilo que ele é capaz de fazer pelos outros (como podemos observar na imagem 2, *selfies na casa de banho*).

O que as imagens abaixo podem indicar é que existem nos processos de individualização contemporâneos a presença de polaridades que buscam nas apresentações do sujeito liberta-se dos modelos impostos de representação e apresentação dominantes. É importante salientar estes nós devido as dinâmicas mutantes das redes comunicativas e dos signos. Pois se hoje eles estão a margem deste denso corpo de significações, amanhã poderão diminuir, deixar de existir ou ainda, crescer ou se tonar o novo centro do corpo de signos que representarão a cultura de amanhã.

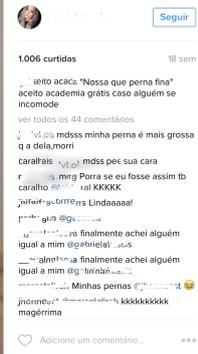


Fig1.10. A modelo plus size Loey na sua conta do instagram. 2016.⁶⁰ Fig. 2.10. Garota expõe suas pernas consideradas “muito finas”. 2016⁶¹

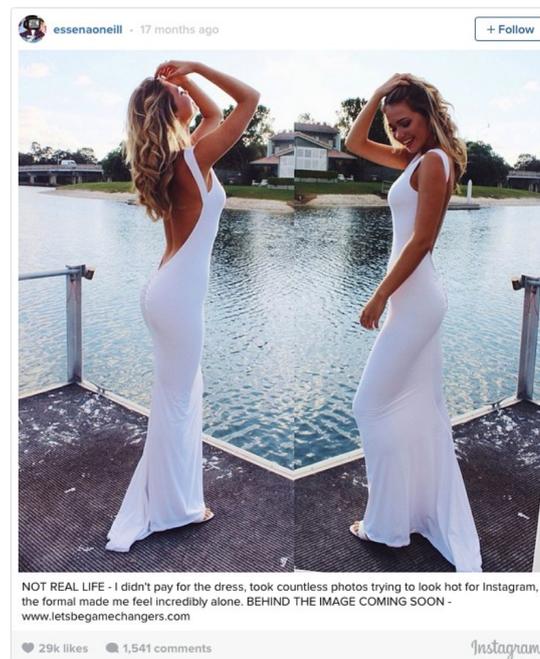


Fig. 3.10. Essena O'Neill, considerada uma celebridade do Instagram resolve apagar todas as suas imagens após revelar que elas não correspondiam a vida real, 2015.⁶²

⁶⁰Disponível em: <https://www.instagram.com/loeybug/>

⁶¹ Imagem privada não disponível.

⁶² “Isto não é a vida real! Eu não paguei por este vestido, tirei incontáveis fotos tentando ficar sensual para o Instagram, o formal (evento americano) faz-me sentir tão sozinha. Por trás da imagem da imagem chegando em breve.”Disponível em:<https://www.theguardian.com/media/2015/nov/03/instagram-star-essena-oneill-quits-2d-life-to-reveal-true-story-behind-images>

Por outra perspectiva quando observamos a esfera do privado, (como vimos no exemplo da imagem 3, com o tema *celebrações*), sendo exposta publicamente através das fotografias, não significa de acordo com Lash que exista uma afirmação da personalidade dos que o fazem. Pois “o culto da intimidade não tem a sua origem na afirmação da personalidade, mas na sua queda.” (C.Lasch, 1979: 61).

Esclarecemos que a ascensão narcísica segundo o autor de *Era do Vazio* não condiz com uma alienação de uma unidade perdida, nem uma falta de personalidade, mas um novo tipo gerado por uma consciência indeterminada e flutuante. “Narciso já não está imobilizado diante da sua imagem fixa, já nem sequer há imagem, nada para além de uma busca interminável de Si, um processo de desestabilização ou flutuação psicológica na esteira da flutuação monetária ou da opinião pública: Narciso entrou em órbita.” (Lipovetsky, 2005: 74) E isto não significa que o indivíduo está entregue a si mesmo, o processo de personalização não abole completamente os códigos e ao mesmo tempo impõe novas normas em um sistema onde o imperativo visa produzir pessoas pacificadas.

As vantagens do processo de personalização atual em que o “enfraquecimento da vontade” (Narciso focado em si mesmo e por isso apático com o resto do mundo) não tem dado indícios de criar uma humanidade submissa e alienada, já que nunca tivemos tanta informação, mas Narciso por se apático, acaba por ser uma barreira para os sistemas totalitários de poder, e aos discursos de mobilização de massas.

“O narcisismo joga e ganha em todos os tabuleiros, funcionando ao mesmo tempo como operador de “desstandardização e como operador de standardização”, sem que esta última se apresente jamais como tal, mas como sujeição às exigências mínimas da personalização: a normalização pós-moderna apresenta-se sempre como o único meio de o indivíduo ser realmente ele próprio, jovem, esbelto, dinâmico, e pela atenção escrupulosa que concede ao corpo, pela sua preocupação permanente de funcionalidade ótima, fazendo cair as resistências tradicionais e tornando o corpo disponível para todas as experimentações.” (Lipovetsky, 2005: 60).

Todavia apesar de ser menos susceptível a ideias políticas e de controle, Lipovetsky alerta que a “sociedade hedonista só em superfície é voltada à tolerância e à indulgência; na realidade, nunca a ansiedade, a incerteza, a frustração conheceram maiores proporções. O narcisismo nutre-se mais de ódio do que de admiração pelo Eu.” O que poderia ser um ódio que antecede a violência observada por Baudrillard:

“Uma outra violência completamente diferente que não sabemos analisar aparece hoje, porque escapa ao esquema tradicional da violência explosiva: violência implosiva que resulta já não da extensão de um sistema mas da sua saturação e da sua retração. violência consecutiva a uma densificação desmedida do social, ao esta de um sistema de hiper regulação, de um rede (de saber, de informação, de poder) sobrecarregada e de um controle hipertrópico de cerca todas as vias intersticiais. (Baudrillard,1981: 94)

Nossa primeira consideração após esta pesquisa é o reconhecimento de que experiência em avaliar fotografias semioticamente é um exercício que nos provoca a memória na tentativa de resgatar as experiências que formaram o universo da nossa visualidade, as mesmas experiências que geraram os *interpretantes*, os efeitos provocados pelo signo na nossa mente. Direcionar a nossa atenção ao processo da percepção sógnica pode nos levar a uma melhor avaliação dos nossos próprios processos subjetivos, quais os pontos que despertam nossa atenção, as nuances que lhe abrem caminho, os lugares e as coisas onde ela costuma repousar. O desafio é como fazer estes exercícios que nos exigem tempo e concentração, em um uma realidade vertiginosa onde a temporalidade das coisas se confunde com a nossa percepção do tempo.

No entanto o desafio maior de olharmos sem conseguirmos ver, não é noção distorcida do tempo ou do excesso de informação. Segundo Barthes (1980) em *Mitologias*, uma das características da cultura de massa e da inteligibilidade de si mesma é o fato de estar atravessada pelo mito.

Para além da barreira do mito, as condições que tornavam a verdade crítica e objetiva a norma para o conhecimento, estão se transformando rapidamente. Quando a isto parece-nos difícil agir, porém a queda da verdade crítica talvez não signifique que teremos que aceitar qualquer coisa sem análise, mas de que talvez teremos que nos adaptar com modelos variáveis de códigos visuais. Pois como disse Lipovetsky, “é mais difícil, mas também mais útil apreender o real que está nascendo, torná-lo auto consciente, acompanhar e guiar seu movimento de forma que venham à tona suas potencialidades mais positivas.” (Lipovetsky, 2005: 71)

O que podemos deixar de contributo como estudante e como fotógrafa, com relação ao processo de auto conscientização sobre as condições culturais que a fotografia parece nos impor, seria a tentativa de promovermos uma maneira de reeducá-la não apenas pela perspectiva da leitura de imagens como já tem sido feito, mas pela mesma perspectiva em que a fotografia apresenta nova roupagem: o da produção, ou melhor, de quem a produz. Pois dentre todos os que pertencem ao universo da fotografia, os únicos que parecem saber dos seus artificios e por isso, os menos suscetíveis aos seus efeitos, são os fotógrafos. Vistos e até admirados como magos ilusionistas, os fotógrafos são os olhos treinados que aprenderem a manipular aspectos do real com a ficção. Sendo assim, eles sabem onde termina a realidade e começa o imaginário. Será que deixariamos as fotografias mentirem tanto, quando todos se tornarem magos? Por isso pensamos que, a grande procura pelo aprendizado da fotografia não nos parece algo ameaçador, muito pelo contrário, se faz necessário quando estamos em uma era onde quase todos vivem presos na caverna.

Olhar a nossa contemporaneidade é sempre um exercício difícil. Temos que ver as coisas boas mas também as negativas, ambas sob o julgamento da sobriedade. Angabem (2009) diz que contemporâneo é apenas aquele que não se deixa cegar pelas luzes do século e consegue entrever nessas a parte da sombra, a sua íntima obscuridade. "Ao contrário, o contemporâneo é aquele que percebe o escuro do seu tempo como algo que lhe concerne e não cessa de interpelá-lo, algo mais do que toda luz, dirige-se direta e singularmente a ele. Contemporâneo é aquele que recebe em pleno rosto o facho de trevas que provem do seu tempo." (Anganbem, 2009: 102).

Um dos meios pelo qual a sobriedade é evitada, é o medo de não suportá-la. Uma sociedade que se abriga em mitos porque sua ideia de real é demasiada assustadora, talvez deveria questionar o que é a realidade, e talvez, sem violência ou grandes revoluções, o indivíduo contemporâneo se livre do mito por si mesmo ao fazer cair os véus dos imaginários que o escraviza. É importante seguir o coelho branco, e ver o quão fundo é o seu buraco, para aprendermos a usar a imaginação não para sermos servos de realidades, mas mestres delas. Como podemos fugir deste destino?

“ Ao projetar o tempo gigantescamente longo da Grande Narrativa sobre a brevidade de nossa existência e na história, essa é a razão pela qual considero o ser humano o único ser vivo que segue rumo a auto-evolução. Ao imitar as leis da evolução tentamos domina-la. Novamente a Grande Narrativa bifurca. Aquilo a que Kant a Sartre denominávamos autonomia pessoal ou criação de si por si passa da moral ao destino, do tempo curto ao tempo longo, do eu formal e abstrato a carne viva, do indivíduo ao mundo e à humanidade: da história à evolução, do espírito à encarnação.

Quem pode negar que esse destino há muito tempo anunciado ressurgiu? Que ele se encontra presente em nossa visão do mundo e, sobretudo em nossas práticas, que nos angustia ou nos exalta, que nos coloca diante de responsabilidades inesperadas cuja amplitude abala costumes, morais, religiões, políticas e filosofias tímidas e, enfim, as próprias ciências humanas? Quem pode negar isso? Fizemos com que esse destino chegasse, por isso devemos enfrenta-lo. Responsáveis por nosso próprio aparecimento, enfrentemo-nos a nós mesmos.

De que temos medo? Do humano? De nós mesmos?”

Michel Serres, *O incandescente*, 2003.

Bibliografia

- Abril, Gonzalo, (2013), *Cultura Visual de la semiótica a la política*, Madrid, Plaza y Valdés Editores.
- Angabem, Giorgio, (2009), *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*, São Paulo, Argos.
- Barthes, Roland, (1980), *Mitologías*, Madrid, Signo XXI.
— (1980), *A câmara clara*. Rio de Janeiro. Nova Fronteira.
- Benveniste, Emilie (1969), *Semiologie de la langue. Semiótica*, Paris, Jean-Claude Coquet.
- Berger, John. (1972) *Ways of Seeing*. London, Penguin Books.
- Boulding, Kenneth E. (1956). *The image*. Anna Arbor. Univ.of Michigan Press.
- Braudilllard, Jean (1981) *Simulacros e Simulações*. Lisboa. Relógio d'água.
- Cotton, Charlotte.(2013), *A fotografia como arte contemporânea*.São Paulo. Martins Fontes
- Darwin, Charles (1871), *A origem do homem*. São Paulo. Relógio d'agua.
- Demaria. Cristina. (2005) *Teorias, metodos y politica: una confrontacion entre la Semiotica y los Cultural Studies*, *De Signis*, 6, 48-60.
- Du Camp, Maxime (1852), *Egypte, Nubie, Palestine, Syrie*. Paris.Sans Auter.
- Dubois, Philipe (1983) *L'acte photographique*. Paris, Nathan &Labor.
- Eco, Umberto. (1972) *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Lumen.
—————(1984) *Semiótica and the philosophy of language*. Bloomington: Indian Univ.Press.
—————(1964) *Apocalípticos e integrados*. São Paulo. Livraria Cultura
- Freud, Sigmund. *Introducion ao narcisismo*. In *Obras Completas*. Vol1 pp 1083-1097. Madrid. Editorial Biblioteca Nova.
- Furamooi, Marc, (2010): *París-Nueva York-París. Viaje al mundo de las artes e de las imágenes*. Barcelona. Acantilado.
- Goodman, Nelson (1968). *Languages of arts*. Indianapolis. Bobbs-Merrill.

Janney, Richard, e Horst Arndt (1994), *Can a picture tell a thousand words? Interpreting sequential sequential vs holistic graphic messages*. In Noth, W, org, *Origins of semiosis: sign evolution in nature and culture*. Berlin. Montou de Gruyter. pp 439-53.

Jeffrey, Ian. (2008), *How to read a photography*. Nova Iorque. Abrams

Johnson Robert, e Chatwood Arthur Brunel (1895) *Photography Artistic and Scientific*, London, Downeyand Co.

Lacan, Jacques. (1971). *El estádio del espejo como formador de la funcion del yo tal como nos revela en la experiênciã psicanalítica. In leitura estruturalista de Freud*. México. Signo Veiteuno.

Lash, C. (1979) *The Culture of Narcisism*, Nova York, Wanner Books.

Lévy , Pierre. (1996) *O que é Virtual?* Brasil. Editora 34.

Lévy, Pierre. (1995). *Tecnologias da inteligênciã*. Brasil. Editora 34.

Lipovetsky, Gilles. (2005). *A era do vazio*. Brasil. Manole.

Lipvetsky Gilles.(1989) *A era do vazio*.

Merleau-Ponty, Maurice (1970), *Lo visible y lo invisible. Seguido de Notas de trabajo* (texto ficado por Claude Lefort). Barcelona. Seix Barral

Miller, Jacques-Alain (1987). *Percurso de Lacan, Uma introdução*. Rio de Janeiro, Zohar.

Mitchell, W.J. Thomas (1986). *Iconology: Image, text, ideólogo*. Chicago: Univ.Press.

Morace, Francesco (2009), *Consumo autoral.As gerações como empresas criativas*. São Paulo. Estação das letras.

Peirce, Charles Sandres. (1974) *Escritos coligidos*, Abril Cultural , Os pensadores, São Paulo.

Platão. (1956) *A República* Livro VII 6° ed. Ed. Atena, pp. 287-291.

Price, Derrick. (1997) *Surveyors and surveyed – photography out and about*. In: Wells, Liz (Ed.).*Photography: a critical introduction*. Londres. p. 57-77

Roillé, André. *A fotografia entre documento e arte contemporânea*. Editora Senac. 2009.

Saint-Martin, Fernande, (1994), *Semiologia du langage visual*. Québec. Press del l'Université du Québec.

Santaella, Lúcia e Noth, Winfried. (1997). *Imagem, cognição, semiótica, mídia*. São Paulo. Iluminuras.

Santaella Lúcia, (2002) *Semiótica Aplicada*, São Paulo, Thomson.

————— (2003) *O que é a semiótica?*, São Paulo. Editora brasiliense.

Saussure Fernand ,(1978), *Curso de linguística geral*, São Paulo, Cultrix, pp.(34-35).

Serres, Michel (2003), *O incandescente*.Rio de Janeiro. Bertrand.

Sonesson, Goran (1989), *Pictorial semiotics, Gestalt thory, and the ecology of perception*. *Semiotic*. Lund: University Press.99: pp 319-00

Sontag, Susan (1977), *Sobre Fotografia*. São Paulo Companhia das Letras.

Talbot, Henry Fox William (1846). *The pencil of nature*. London.

Umberto Eco em *Apocalípticos e Integrados* (1965)

https://monoskop.org/images/c/c4/Eco_Umberto_Apocalipticos_E_Integrados_1984.pdf

Vilém, Flusser. (1984) *Towards a philosophy of Photography*. European Photography. Alemanha. Derek Bennett

Virilio, Paul. (2000) *Cibermundo: a política do pior*. Lisboa: Teorema.

—————(2005) *O espaço crítico: e as perspectivas do tempo real*. São Paulo: Editora 34.

Walker y Chaplin (2002: 41-42)

Walter Benjamim (1955). *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo. Abril Cultural.

Winfried, Noth (1995), *Panorama da semiótica de Platão a Peirce*. 4º Edição, Annablume.

Webografia

Davidson, Tayler, (2014), *Software is eating the câmera*. taylor davidson.com (online), publicado em setembro de 2014. Disponível em: <http://taylor davidson.com/2014/camera>

Hempel, Jessi, (2014) *How Litro Shot and killed WYSIWIG*. Fortuna (online), publicado em Junho de 2014. Disponível em: <http://fortune.com/2014/06/11/when-what-you-see-isnt-what-you-get/>

Kossoy, Boris (2002) *Realidades e ficções na trama fotográfica*. Publicado por academia.edu (online). Disponível em: https://www.academia.edu/6312242/Realidades_e_Ficções_na_Trama_Fotográfica_-Boris_Kossoy

Lévy, Pierre. (2016) *O que é o virtual?* Universidade Federal do Rio de Janeiro. (online) Disponível em: http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/arq_interface/6a_aula/o_que_e_o_virtual_-_levy.pdf.

Observatório de sinais. (2016) *Consumo e comportamento*. Odesblog. (online), publicado em julho de 2016. Disponível em: <http://observatoriodesinais.com.br/odesblog/depois-de-amanha-comportamento-e-consumo-jovem-no-brasil/>

Rabennhorst, Eduardo. (2002). Sobre os limites da interpretação. O debate entre Umberto Eco e Jacques Derrida. Publicado por Periódicos (online) Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/primaface/article/view/4205/3172>

Raskar, Ramesh. (2012) *Imaging at a trillion frames per second*. Ted (online) Publicado em junho de 2012. Disponível em: https://www.ted.com/talks/ramesh_raskar_a_camera_that_takes_one_trillion_frames_per_second?language=en

Sionetta. (2011). *como ler uma imagem. A fotografia contemporânea e suas problemáticas*. Publicado por tramafotografica's weblog, (online) Disponível em: <https://tramafotografica.wordpress.com/2011/10/10/como-ler-uma-imagem-a-fotografia-contemporanea-e-sus-problematicas/>

Sionetta.(2012). *O fotojornalismo na cultura da mídia e do entretenimento*. Publicado por tramafotografica's weblog, em novembro de 2015 (online) Disponível em: <https://tramafotografica.wordpress.com/2015/11/12/o-fotojornalismo-na-cultura-da-midia-e-do-entretenimento/>