

Fotografia e modernidade, o novo sistema de representação: por uma história social da fotografia

Autores

Dr. Claudio de São Plácido Brandão, cbrandao@terra.com.br
Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Brasil

Dr. Alberto Cipiniuk, cbrandao@terra.com.br
Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Brasil

Pedro Brandão Ramos,
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

Resumo

Partimos da idéia de que novas tecnologias são geralmente precedidas por um conjunto de noções culturais que lhes possibilitaram a existência. Pretendemos seguir a ideia de Batchen, de que existem preocupações mais importantes ao estudo da fotografia do que discutir quem foram seus inventores. Trata-se, portanto, de discutir o surgimento do “desejo” de fotografar e ser fotografado. Buscamos discutir a fotografia como campo, a partir de Bourdieu e como este campo determina os diversos papéis assumidos ou delegados à fotografia em meados do século XIX e na primeira metade do século XX. O campo determina as normativas internas que irão definir o que e como a fotografia deve representar. Um campo, para Bourdieu é um sistema fechado, constituído de produtores, estudiosos/críticos e compradores/admiradores, que produz um capital simbólico. Este capital é arbitrário, uma construção abstrata, formado por prestígio e conhecimento a respeito dos produtos realizados pelo campo e reconhecidos por seus pares como legítimos, pertencentes aos seus limites, e são os próprios pares quem determinam o que é o que não é legítimo; por exemplo, uma “boa” obra de arte ou uma “boa” fotografia.

Palabras Claves: fotografia, história, modernidade, design, campo.

O campo do Design demonstrou ser usuário da fotografia desde o momento em que os meios técnicos permitiram a possibilidade de publicar fotografias em mídias impressas. O amálgama texto e imagem forneceu uma combinação perfeita na forma de comunicação de ideias de forma sensível. A força de prova atribuída a uma fotografia pelo senso comum, aliada a um texto que amarra ou conota o sentido que o designer deseja atribuir ao seu trabalho, forma um significado único onde o todo é maior que a soma das partes, lembrando Eisenstein, quando refletia sobre a justaposição de imagens na montagem de um filme.

Muito se tem discutido sobre o tema da recente digitalização da fotografia. Essa “nova” tecnologia e as “novas” técnicas por ela engendradas parecem ter operado uma radical mudança de paradigma no campo da Fotografia, isto é, da produção de imagens na contemporaneidade. Discute-se em que proporção tecnologias e técnicas seriam responsáveis por câmbios comportamentais ou de mentalidades sem ao menos considerarmos se essas “novidades” são causa ou efeito de uma transformação mais profunda e anterior, residindo em uma problemática maior, que envolveria a questão da compressão de espaço e tempo contemporâneos. De qualquer modo é inequívoco que essas modificações estão suscitando um momento de certo mal-estar entre os agentes deste processo. De um lado os fotógrafos, proprietários do saber técnico ou arte, no sentido lato do termo, temendo pela perda de domínio em seu campo de conhecimento e, de outro lado os editores de fotografia nos jornais e diretores de arte nos escritórios de design a se perguntar se a figura clássica do fotógrafo seria ainda necessária e não haveria de ser substituída por um técnico da imagem, capaz de fotografar, filmar e editar seu trabalho.

O designer gráfico David Carson, por exemplo, criou um neologismo para definir este tipo de manufatura que emerge da fusão entre a fotografia e o design. O termo criado pelo autor é Fotografiks, definido como “um equilíbrio entre fotografia e design através da expressão gráfica que evolui do conteúdo”; pois para Carson a fotografia tocada pelo design possui um estatuto próprio que é diferente do sentido original da imagem fotográfica. Deste modo, ao pensar a fotografia dentro do campo do Design, consideramos ser possível uma adequada forma de colaboração com a epistemologia do campo.

Nossa preocupação é procurar entender os motivos pelos quais a fotografia analógica não resistiu à avalanche digital. Poderíamos dizer que este será o pano de fundo da presente investigação. Comparando o cinema à fotografia, verificamos que o primeiro não sofreu de forma tão radical com as transformações advindas com o vídeo. Assim, acreditamos que de modo comparativo é possível pensar a fotografia como exemplo da crise mais aguda dessas transformações. O campo do cinema, ao que parece, foi mais coeso e organizado do que o campo da fotografia, estabelecendo rapidamente uma diferença entre os dois processos, de modo que todo estudante da área tinha claro que o fazer do cinema implicava no uso da película, enquanto vídeo referia-se a uma gravação magnética ou digital da imagem e, de nenhuma maneira, foram pensados como sinônimos. Embora saibamos que no momento da escritura deste trabalho uma digitalização também é operada na indústria cinematográfica, há de se convir que ela está se dando após uma resistência de quase quarenta anos e sob pressão da indústria de filmes que precisa reduzir custos e parecer moderna, isto é, em sintonia com os avanços tecnológicos.

A transformação causada pelo emprego de ferramentas digitais não ocorreu de um momento para outro, foi apenas uma das faces de um processo tecnológico maior que tendia a queimar etapas de processos tradicionais e acelerar a produção de bens e serviços do mundo capitalista. Principalmente na alta modernidade ou pós-modernidade, com o avanço do “capitalismo flexível”, no qual a cultura também se transformou em um produto comercializável. Para tanto deve seguir as normas de mercado produzindo com menor custo, maior rapidez e em maior volume. Talvez, como pretendemos apontar, a fotografia analógica tenha sido a última fronteira vencida no acelerado processo de digitalização inaugurado pela popularização dos computadores pessoais, que mudaram radicalmente os modos de fazer do design.

Uma mudança de regime de visualidade gera uma ebulição no interior do campo, tal como já havia acontecido quando do advento da fotografia em 1839. Não foi diferente desta vez, vozes tradicionais por um lado a atacar as “novas” tecnologias oriundas de uma possível “nova” forma de percepção e representação visual, enquanto outros grupos a adotavam desde o início, difundindo suas vantagens e qualidades sem refletir sobre as implicações das mudanças. Quando tentamos traçar associações entre a história do aparecimento da fotografia com a de sua digitalização é possível observar vários pontos de contato como demonstraremos ao longo desse trabalho.

Questões que já eram complexas antes da popularização dos sistemas digitais, como o mito da objetividade da fotografia como representação e do seu caráter socialmente aceito de representação da realidade, são agora potencializadas quando da alta produção de imagens digitais, produzidas sem critérios objetivos, apenas movidos pela disponibilidade do aparato.

Entre estes dois eventos – aparecimento da fotografia como esteio da cultura visual moderna e posteriormente sua forma digital como possível suporte da cultura visual da pós-modernidade – houve várias transformações de ordem técnica nos elementos constitutivos dos equipamentos de captação e de pósprodução. Sua base, entretanto, câmera escura, conjunto óptico e suporte sensível, não fora radicalmente alterada. O estatuto da fotografia como ferramenta para uma representação convencional do real, muitas vezes obteve o direito de se dizer igual à realidade. Com o advento da fotografia digital e seus aparatos de pós-produção, a fotografia passou a ser percebida pela população que faz uso da técnica como

passível de “manipulação”, mas ainda assim preserva sua força de representação, visto que o resultado do tratamento digital ainda é uma fotografia, porém com um “estilo” diferente. Não consideramos aqui manipulações livres que podem resultar em imagens absolutamente surreais ou hiper-reais. Jornais e revistas com frequência se utilizam de imagens com a legenda de que foram obtidas por fotógrafos amadores para conferir mais veracidade à “imagem”, ou seja, ao fato que estão relatando.

Entre o aparecimento da fotografia em 1839 e o alvorecer do terceiro milênio, primeiro sob o signo da cultura moderna e posteriormente sob influência daquilo que certos autores têm chamado de cultura visual da pós-modernidade, foram empreendidas uma série de modificações e aperfeiçoamentos na ferramenta de produção fotográfica que simplificaram seu uso e permitiram que mais pessoas desfrutassem do meio, popularizando ainda mais seu uso pela população. Este uso crescente e exagerado de imagens fotográficas, que foi percebido precocemente por Kracauer⁷, antecipa a tese da crítica partidária da existência de uma cultura pós-moderna, da eventual implosão da realidade em imagens e que tem produzido modificações na forma de como esta fotografia é percebida pela sociedade.

Através de uma pesquisa panorâmica e qualitativa, utilizando-se de fontes bibliográficas consagradas que pudessem auxiliar a traçar um caminho histórico do “dever” da representação atribuído à fotografia ao longo dos seus 170 anos de vida, procurou-se indicar fatos, ideias e hipóteses que sugerissem as causas da consagração deste atributo social, dentro da cultura visual. Isto é, como e por que a fotografia foi adotada e aceita como um atestado de veracidade das coisas representadas, bem como seu papel para os partidários da existência de uma cultura visual específica da pós-modernidade.

John Tagg nos fala da fotografia como uma prática social que ocorre devido à operação do aparelho ideológico que produz e legitima uma determinada imagem como sendo um correspondente da própria realidade, portanto somente aceita e entendida como realidade dentro desta mesma cultura. Este trabalho procura mostrar como estas práticas sociais foram construídas e se sofreram alterações com as mudanças tecnológicas operadas sobre a câmera.

Durante a história da humanidade e ainda hoje para o público leigo (e eventualmente para muitos teóricos), a produção fotográfica oscilou entre o caráter de convenção da verdade, de simulacro ou espelho do real, ou da própria realidade. Mas indagamos sobre “quando” na história da humanidade a realidade não foi uma convenção de real, posto que esse real sempre foi arbitrário ou ideológico. Esta propriedade forjada pela cultura foi percebida pela fotografia historicamente construída e sempre foi utilizada pelas estruturas do poder através dos canais de circulação (jornalismo e publicidade) como atestado de veracidade de acontecimentos e fatos ocorridos, e isto bastava. Quando a possibilidade de manipulação das imagens se tornou frequente e democratizada ao grande público, acessível a qualquer um com uma câmera digital e um computador dotado de software compatível, a forma de recepção das peças gráficas baseadas na tradição, a imagem como a própria coisa, tendeu a perder este sentido. Isto nos leva à enunciação da hipótese de que, mais do que as alterações tecnológicas ocorridas na ferramenta, o que podemos observar foram as profundas mudanças políticas e sociais ocorridas no período e por essa razão a mudança de regime entre a cultura visual da tradição e a da modernidade ou eventualmente da pós-modernidade.

Portanto a questão não pode ser reduzida à tecnologia e nem ao “olhar puro” ou subjetivo do observador, mas à nova noção cultural. Foram elas as responsáveis por uma alteração na convenção arbitrada de que uma fotografia seria uma representação verdadeira ou equivalente das coisas do mundo.

Se em um determinado momento a noção tradicional de representação da realidade operada pela pintura foi fortemente abalada pelo aparecimento da fotografia, onde esta última obteve o estatuto de ser mais verdadeira do que uma pintura, este fato impulsionou o desvio da antiga

prática de representação, para o campo da abstração e experimentação artística e passou a ser entendida como intuitiva e apartada das coisas do mundo.

As evoluções tecnológicas, embora sempre presentes, ao longo de sua história nunca representaram uma mudança tão profunda na cultura, uma vez que o processo era sempre o mesmo com algumas facilidades ofertadas e em doses controladas. Por conta disto um fotógrafo poderia comprar um equipamento de excelente qualidade e permanecer com ele por muitos anos, limitando assim o crescimento das indústrias do setor que praticamente só assistiram um movimento significativo, pela entrada dos japoneses no pós-guerra de 1945 no mercado então dominado pelos alemães.

Quando a digitalização da fotografia advém, no final dos anos 1990, amalgamada com os computadores pessoais e com as redes informatizadas, a maneira através da qual público se relaciona com a fotografia sofreu uma alteração substancial, não sendo mais necessário pensar antes do clic, pois o processo de obtenção da imagem passou a ser o de tentativa e erro, ou mais comumente o acaso em uma realização eficaz. Fazer, olhar e tornar a fazer até que ficasse de acordo com a expectativa. Se por um lado seu estatuto de verdade possa ser mais contestável, a crença no meio não foi alterada, visto que continuava a se parecer com a fotografia pré-digital. A rapidez para ver as imagens pela substituição do papel fotográfico para a tela digital, a não necessidade de operar filmes e processamento e a possibilidade quase instantânea de fazer circular estas fotografias encontram uma sociedade ávida por consumo de “novidades”, fazendo com que as vendas disparassem.

Neste evento, a substituição do processo físico-químico pelo processo numérico de captação da imagem levou empresas tradicionais não acostumadas às guinadas tecnológicas à desfuncionalização, culminando em sua falência financeira. Do mesmo modo e ao mesmo tempo, as empresas de alta tecnologia adentraram na área da fotografia acirrando a concorrência e agitando o mercado através da propagação das maravilhas do novo processo que nunca se cansou de se reinventar com a volta da magia da instantaneidade ou do mito do espelho com memória, agora obtidos em tempo real.

Estudar alguns aspectos deste fenômeno que deixou como rastro empresas falidas e profissionais da fotografia entre o abandono da área, a necessidade de reciclagem total e o desemprego, justifica o empenho deste trabalho, no sentido de entender a extensão das mudanças ocorridas ao longo do tempo, bem como os novos rumos da fotografia pós-digital, quer seja como um processo ainda capaz de gerar testemunho ou simplesmente ilustrar as ideias propagadas pelos dispositivos de comunicação, arte, jornalismo e design gráfico. Para os alunos de cursos de design, compreender as “tramas” que envolvem uma fotografia pode representar a diferença entre comunicar, ou não, ideias através de seus trabalhos gráficos.

É na modernidade, período de profundas transformações em todos os campos do saber, que surge a fotografia como um processo de grande utilidade para entre outras coisas, reforçar com provas produzidas por uma “máquina”, as teses Iluministas que preconizavam a tecnologia como vetor de um mundo mais justo.

O sujeito da história que emergiu na modernidade não foi o mesmo que atravessou o Renascimento, visto que este novo sujeito compreendia a visão como um resultado da consciência que por sua vez era entendida como sendo parte individual e parte obtida no convívio em sociedade. O sujeito sociológico é um observador, cuja visão foi forjada nas transformações nas cidades, no uso de aparelhos tecnológicos, como o estereoscópio, que solicitavam a participação do corpo do observador e iludiam a visão e mais ainda, pela compressão da relação espaço/tempo.

Durante a pós-modernidade avanços tecnológicos no campo da eletrônica permitiram que os velhos filmes fossem substituídos por artefatos digitais capazes de reter as imagens geradas no interior da câmera na forma de um mapa de bits, alterando a materialidade das fotografias. Nesta fase da pesquisa a experiência do pesquisador se faz presente na forma de observador

participante, visto que vivemos todas as contradições e mudanças demandadas por conta do novo processo digital.

Acreditamos que deste modo analisaremos o aparecimento de uma forma cultural que poderíamos qualificar de pós-moderna, o papel do observador que vem a ser o sujeito social para quem a fotografia e todas as outras formas de representação se destinam, e o comportamento do campo frente aos desafios que se apresentam diante de uma iminente revolução.

Parece haver concordância entre Harvey e Jameson a respeito da experiência tempo e espaço na configuração da modernidade e pósmodernidade. No primeiro caso observamos que o tempo parecia acelerar baseado na velocidade dos trens e na circulação de informações através dos jornais e do sistema telegráfico; quanto ao espaço, as cidades e campos se transformavam em territórios organizados e delimitados de onde os governos podiam cobrar impostos. As guerras pela expansão territorial, principalmente pelas potências européias também se caracterizaram pela alteração da espacialidade. Na pós-modernidade estas características se tornam ainda mais marcantes como veremos a seguir.

O desenvolvimento dos mercados globais teve como objetivo uma redução de barreiras espaciais, conforme Harvey nos explica, que entre outros fatores adicionou às ferramentas de influência sobre a relação espaço-tempo (trens e telégrafo) toda sorte de tecnologia como rádio, telefone e internet. Seu ápice dá-se com as redes mundiais de computadores, que de certa forma aboliram todas as fronteiras espaço-temporais, permitindo que mercadorias pudessem ser compradas em qualquer lugar do planeta e entregues em qualquer endereço, como se fosse ato tão simples como ir à mercearia da esquina. A própria fabricação dos objetos por sua vez não obedece fronteiras: projeta-se em um país, fabrica-se em outros tantos e a montagem final se dá não sabemos aonde. Tudo isto pago com um dinheiro virtual que absolutamente não possui pátria nem substância, visto que flui pelas redes de comunicação.

Estes fenômenos, que o autor chama de aniquilação do espaço através do tempo, se aliam a todas as formas de controle da produção, inclusive naturalizando homens e mulheres, através da propaganda subliminar e outras nem tanto, forçando-os a assumir papéis nesta complexa rede de produção, mutante e pouco compreendida. A indústria cultural promete que uma aparição mágica na rede mundial pode elevar qualquer pessoa à categoria de superstar de acordo com a ideia de quinze minutos de fama de Warhol.

As novas formas de industrialização exigem mudanças muito rápidas dos modos de produção e portanto necessitam de mão-de-obra específica, obrigando a mão visível do governo a auxiliar a “mão invisível do mercado”, sob pena de gerar um excedente de inabilitados ao mercado de trabalho, como temos assistido. O auxílio público se dá através da educação para o trabalho em detrimento da educação para a vida, a qual acreditamos ser a função do estado. Para a indústria, manter um contingente de desempregados sempre funciona como uma reserva de mercado de mão-de-obra e controle de nível salarial.

É preciso conhecer o consumidor e saber como influenciá-lo, visto que é preciso criar mecanismos de escoamento para uma produção que ainda não possui uma demanda prévia, portanto deverá ser criada uma necessidade por estes novos produtos. Neste campo a fotografia atuando junto ao campo da publicidade tem se mostrado uma ferramenta propícia na produção de desejos de consumo, criando realidades a partir encenações e reproduzindo padrões, colaborando para a produção de mais-valia.

Imagens, hoje mercadorias, fazem parte de uma produção de signos onde a imagem pessoal e a imagem corporativa são cultivadas como se fossem uma fórmula para o sucesso. Um certo “xamanismo” se apresenta na forma de produtores de imagem à disposição dos que acreditam precisar de uma imagem ideal, sejam empresas, profissionais ou produtos industriais. “[...] símbolos de riqueza, de posição, assim como de classe, sempre tiveram

importância na sociedade burguesa, mas é provável que nunca quanto hoje”, como bem observou Harvey.

A humanidade foi, ao longo do tempo, se separando da natureza. A noção do tempo cronometrado e cíclico como passamos a conhecer, é um tempo abstrato e inventado pelas forças econômicas para poder medir o trabalho e calcular custos das mercadorias. À medida que homens e mulheres passaram a interferir na natureza através do trabalho e da utilização das ferramentas, um novo tipo de realidade é criada, que é “ao mesmo tempo sensorial e supra sensorial”. Embora o ser humano fizesse parte desta natureza, ele passou a atuar como um criador do que Fischer define como uma “contra-natureza” ou “supra-natureza”, entendida como a mentalidade, o mundo do pensamento, onde definições arbitradas como signos são tomadas como o próprio real. Neste momento originam-se praticamente todas as formas de representação como hoje as entendemos.

O pensar é resultado das transformações possíveis pelo trabalho. Quanto mais o homem progrediu em sua marcha histórica, que poderia ter sido outra, extinguindo a própria espécie (risco que corremos hoje) mais se afastou da natureza e mais se aprofundou no mundo do signo equivalente.

Acelerada pelo alto capitalismo, a cultura tornou-se ela mesma um produto, onde o próprio mercado assume o papel de substituto da cultura moderna e onde consumir se torna a lógica da vida. Uma noção de poder mágico dos objetos no sentido atribuído por Marx se espalhou para todos os lados que se possa olhar, tudo pode virar mercadoria, inclusive as pessoas.

No pós-modernismo ocorre uma busca pela experiência do real como oposição à realidade social diária. “O Real em sua violência extrema como o preço a ser pago pela retirada das camadas enganadoras da realidade”, o simbólico, como poderíamos definir. Ainda pensando na paixão pelo real, Zizek lembra que após as revoltas estudantis dos anos de 1970 que não obtiveram apoio das massas, grupos terroristas se formaram com o objetivo de, através da violência, acordar uma população que se encontrava imersa em um torpor consumista. Para o filósofo, estes atos se caracterizam por serem o “paradoxo da paixão pelo real”, ao invés dos projetos utópicos da modernidade; a busca da coisa em si.

Na pós-modernidade, o imaginário social (a noção de supranatureza de Fischer), o locus de todas as possíveis formas de pensar e ver as coisas do mundo, tem sido dominado pelo campo da publicidade. Embora tenha uma estrutura complexa e herdada das vanguardas artísticas modernas, como descrito por Domènech²⁶³, imprime no sujeito uma espécie de simplificação do mundo real, utiliza suas técnicas de atuação para oferecer a possibilidade de felicidade imediata e apartada da necessidade de um pensamento crítico ou qualquer outro tipo de esforço intelectual de tal forma que alienam estes sujeitos. Uma espécie de infantilização dos sujeitos sociais. Podemos também entender a construção do sujeito social tal como Bourdieu teorizou: resultado de uma história coletiva, da constituição de um padrão arbitrário que norteia as ações humanas, aqui pensando no conceito de habitus. A propaganda procura, por intermédio de sua sistematicidade, “inculcar” valores e modificar comportamentos.

“O sujeito contemporâneo está em luta constante com o tempo complexo da memória e da esperança (passado e futuro) que o afastam dessa satisfação imediata que o sistema promete e cuja percepção esgota todas as energias anímicas”. Para o mesmo Bourdieu, na contemporaneidade, as confusas relações de pensamento que se apresentam colocam no mesmo nível, para um público médio, um tênis de “marca” e uma obra clássica. Disto decorre que “devemos” não pensar no mérito da comparação, que não é o escopo de trabalho, mas sim, procurar entender como uma sociedade que produz um fato desta natureza se encontra organizada e sob influência tão direta dos caprichos do capital, por intermédio da publicidade e dos meios de comunicação em geral.

Está claro que falamos de outro tipo de sujeito social, pensando com Hall265, enquanto a noção do sujeito “iluminista” repousava sobre a noção de nascer com uma razão e consciência que seriam imutáveis ao longo da vida. O sentimento de modernidade e todas as implicações causadas pelas incertezas que a acompanharam fizeram nascer o sujeito “sociológico”, cuja essência era a de homens e mulheres cuja identidade resultava da convivência social onde a cultura era compartilhada na forma de valores, significados e ações, de tal modo que a realidade ou o real era compartilhado por todos os agentes. Homens e mulheres ainda guardavam um “eu interior”, mas entendiam sua ligação com o “mundo cultural exterior”, onde Hall coloca a identidade como sendo a costura ou ligação entre o mundo individual e o público. Nesta concepção o sujeito ainda se encontra ligado ao mundo e às estruturas sociais. Como já mostramos, é este sujeito, observador por excelência, aqui pensando em Crary, que acompanha o aparecimento da fotografia e das primeiras formas ilusionistas da imagem, como a estereografia e posteriormente o cinema.

O sujeito pós-moderno, por outro lado é fragmentado e levado a possuir diversas identidades que são geradas por uma super compartimentalização do conhecimento. Podemos observar tal fato no campo do ensino, a exemplo da especialização e superespecialização das ciências, que conduzem à impossibilidade de um olhar panorâmico sobre o mundo, mas sempre em um pedaço de cada vez. Nos interessa saber se uma nova forma de observador também emerge na contemporaneidade e se isto ocorre para onde se dirige o visível.

Atualmente, somos levados a agir de forma distinta sempre que confrontados com diferentes estímulos. Aqui novamente podemos identificar uma aproximação de Hall às ideias de Bourdieu, para quem o sujeito não é fruto de um destino, mas resultado do habitus, ou seja, a identidade de Hall. As pessoas reagirão sempre de acordo com as experiências anteriores que deram origem ao seu próprio habitus e poderão ainda reagir de forma inesperada, visto que “é na relação com determinada situação que o habitus produz algo”. Assim, um sujeito múltiplo pode ser levado a uma espécie de esquizofrenia (a doença do espírito dividido), pela perda de referências em que possa confiar.

Uma identidade única não é possível em um mundo fragmentado e bombardeado por toda sorte de informações postas à disposição. Possuir hoje um aparelho de televisão com acesso a mais de 300 canais é simples e relativamente barato, mas lembrando Saramago268, qual o sentido de tanta informação? É possível teorizar sobre este conteúdo, no sentido de pensarmos sobre nosso papel no mundo? A resposta só pode ser negativa, visto que tanta informação apenas leva a mais alienação produzida por um fluxo luminoso que estimula a estar conectado todo o tempo tendo como pano de fundo um sistema que nos diz para consumir mais e mais. O resultado deste tipo de pensamento se apresenta na forma de pastiche ou de uma citação sem espírito crítico. A referência pela referência.

Nos parece de certa forma comum nos dias de hoje encontrarmos analistas prontos para emitir opinião sobre qualquer que seja o assunto e pronto para aderir a qualquer tipo de pequenas causas, principalmente se esta causa estiver bem longe e seus resquícios não sujem nossas calçadas. Pela quantidade de abaixo-assinados que recebemos pela rede computacional, podemos nos sentir úteis ao assinar pela liberdade do povo da Birmânia e pela preservação do esquilo azul da Tanzânia (exemplos hipotéticos); deixando a impressão que a solução dos problemas reais e locais estão deslocados para uma espécie de limbo da memória. Não seria este o caso em que a busca pelo real seja na verdade a busca pela promessa da felicidade que o real promete? Aquela que nunca pode ser atingida. Não é exatamente isto que a publicidade oferece? O sujeito contemporâneo não está atrás de respostas objetivas, mas sim de uma droga que o auxilie um processo de auto-alienação.

Pensando neste sujeito social pós-moderno, cuja identidade se encontra multifacetada e deslocada, onde cada indivíduo dispõem de um variado conjunto de códigos que aplica em cada ocasião, Harvey, pensando com Foucault, afirma que “os reinos do direito, da academia, da ciência e do governo burocrático, do controle militar e político circunscrevem o que pode

ser dito e como pode ser dito, de maneiras importantes”. Uma espécie do “Grande Irmão” de George Orwell, cujo enredo era uma previsão do estrago que a visão única, voltada apenas para um critério e, portanto totalitária, poderia produzir no futuro. Como de fatos estamos assistindo.

BIBLIOGRAFÍA

BENJAMIN, Walter. Obras escolhidas. Magia e Técnica, Arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOURDIEU, Pierre. Photography: A Middle-brow Art. Stanford: Stanford University Press, 1990.

BOURDIEU, Pierre. A distinção. Crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

BURKE, Peter. O que é História Cultural. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

202

BURKE, Peter. Testemunha Ocular: história e imagem. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

CRARY, J. Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth. Cambridge: MIT Press, 1992.

CIPINIUK, Alberto. A face pintada em pano de linho. Moldura simbólica da identidade brasileira. Rio de Janeiro: Ed PUC Rio. 2003.

CIPINIUK, A ideologia comercial do século XVIII e a transição dos estilos. In COUTO,

CRARY, J. Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth. Cambridge: MIT Press, 1992.

GIDDENS, As conseqüências da modernidade. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós modernidade. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

203

HAUSER, Arnold. História Social da Arte e da Literatura. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

HOCKNEY, David. O conhecimento secreto. São Paulo: Cosac Naify, 2001.

HOFFMAN, Donald. Inteligência visual: como criamos o que vemos. Rio de Janeiro: Campus.

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

KRAUSS, Rosalind. O fotográfico. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

LIPOVETSKY, G & SERROY, J. A cultura-mundo. Resposta a uma sociedade desorientada, São Paulo: Cia das Letras, 2011.

MACHADO, Arlindo. A ilusão especular. São Paulo: Brasiliense Ed., 1984.

SANTAELLA, L., WINFRIED, N. Imagem. São Paulo: Iluminuras, 2005.

TAGG, John, The burden of representation. Essays on Photographies and Histories. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993.

The Life Library of Photography. Fotografia. Manual completo de arte e técnica. São Paulo: Editora Abril, 1981.

TURNER, Peter. History of Photography. London: Bison Books, 1987.

ZIZEK Slavoj. Bem vindo ao deserto do real!. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.