



CATÓLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

“SOMEONE LEFT THIS HERE” - MEMÓRIA
FOTOGRAFICA DE OBJETOS ESQUECIDOS

Relatório de Projeto Final apresentado à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Fotografia

Vanessa Sofia Rente Alonso

Porto, Setembro de 2020



CATÓLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

“SOMEONE LEFT THIS HERE” - MEMÓRIA FOTOGRAFICA DE OBJETOS ESQUECIDOS

Relatório de Projeto Final apresentado à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Fotografia

Vanessa Sofia Rente Alonso

Trabalho efetuado sob a orientação de

Carlos Lobo

E coorientação de

Márcio Vilela

Porto, Setembro de 2020

Dedicatória

Gostaria de dedicar o presente trabalho a todos aqueles que diretamente e indiretamente me acompanharam e apoiaram durante todo o percurso acadêmico, a todos os que estiveram presentes e compartilharam de ideias construtivas e destrutivas, aos que me acompanharam silenciosamente, mas sempre presentes e especialmente ao meu pai que acreditou e acompanhou o meu amor pela fotografia até o último momento.

Agradecimentos

A realização de este projeto não teria seguido o mesmo curso sem todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para o seu desenvolvimento. Assim os meus especiais agradecimentos vão, principalmente, para a Universidade Católica Portuguesa que contribuiu, pelos meios colocados à minha disposição para o desenvolvimento de este projeto.

Ao Professor Carlos Lobo pela sua orientação e compreensão e principalmente pela ajuda em dar forma e rumo às minhas ideias iniciais.

Ao Márcio Vilela pelas lições práticas e essenciais de estúdio e iluminação que auxiliaram no desenvolvimento de parte do projeto.

Aos meus pais que sempre acreditaram em mim, apoiando e compreendendo o meu espírito artístico.

Aos meus colegas de Mestrado, e amigos presentes que me acompanharam nesta fase importante.

A todos, deixo aqui a minha sincera gratidão.

Índice

Dedicatória	3
Agradecimentos	4
Índice	5
Resumo	7
Abstract	8
1. Introdução	9
1.1 Sobre o projeto — metodologia	11
1.2 Sociedade consumista, sociedade de abundância	13
1.3 Notas sobre arte vanguardista	19
1.4 O mercado da arte perante o mercado de produto	25
2. Memória afetiva de um objeto	29
2.1 Referências artísticas	32
2.2 A fotografia como medium de reprodução	35
2.3 A imagem da consciencialização	38
3. Objetos de estudo	39
3.1 Habitat	39
3.2 Fotografia de estúdio	40
3.3 Produto final	40
3.4 Contexto Expositivo	41
4. Considerações finais	43
Bibliografia e outras referências	44
APÊNDICE I	46
Levantamento fotografico do habitat	46
APÊNDICE II	51

Produto final	51
APÊNDICE III	59
Contexto expositivo	59
ANEXO I	60
Referências artísticas na fotografia	60

Resumo

O presente trabalho “*Someone left this here*” refere-se aos objetos de estudo e remete para a série fotográfica que engloba o projeto final de mestrado em fotografia.

É explorada conceitualmente a problemática do consumismo, desde o processo de marketing de imagem pelo qual passam os objetos novos para apelar o desejo de posse do consumidor, aos despojos dos objetos que já não possuem utilidade prática.

Vivemos no tempo dos objetos. Numa sociedade consumista fabricamos, usamos e posteriormente descartamos tudo aquilo que perde a sua funcionalidade, aumentando assim a produção de resíduos. Adquirimos novos objetos e acumulamos outros, tonamo-nos maximalistas no consumo, vivendo numa selva em que o novo homem selvagem condensa as suas poses numa vegetação de vestígios. Estes objetos encontrados nestas “selvas” não fazem parte da sua flora ou fauna no entanto constituem o seu próprio *habitat*, são objetos mutáveis que podem ganhar diferentes utilidades e significados, podem ser modificados subjetiva e objetivamente, ganham ou perdem valor dependendo do seu contexto de utilidade, possuem sinais de desgaste e cicatrizes dos lugares onde foram encontrados e que fazem parte das marcas de memória inalteráveis de estes objetos, tornando-os únicos e contam a sua história.

Os objetos que foram encontrados em lugares abandonados, esquecidos ao acaso pelos seus antigos donos, fazem parte do objeto de estudo de este projeto. Este projeto está dividido em duas vertentes: a memória do *habitat* onde o objeto foi abandonado e, por outro lado, o registo fotográfico em estúdio, fazendo uma análise do recurso aos despojos para a exploração e criação de uma imagem de produto final como peça de arte.

Palavras Chave: consumismo, fotografia, produto, memória, objeto.

Abstract

The present work “Someone left this here” refers to the objects of study and refers to the photographic series that includes the final master's project in photography.

The problem of consumerism is explored conceptually, from the image marketing process through which new objects go to appeal to the consumer's desire for possession, to the spoils of objects that no longer have practical use.

We live in the time of objects. In a consumer society we manufacture, use and subsequently dispose of everything that loses its functionality, thereby increasing the production of waste. We acquire new objects and accumulate others, we become maximal in consumption, living in a jungle in which the new wild man condenses his poses in a vegetation of vestiges. These objects found in these “jungles” are not part of their flora or fauna, however they constitute their own habitat, they are mutable objects that can gain different uses and meanings, can be modified subjectively and objectively, gain or lose value depending on their context of usefulness, they have signs of wear and scars from the places where they were found and which are part of the unalterable memory marks of these objects, making them unique and telling their story.

The objects that were found in abandoned places, forgotten at random by their former owners, are part of the object of study of this project. This project is divided into two aspects: the memory of the habitat where the object was abandoned and, on the other hand, the photographic record in the studio, making an analysis of the use of the spoils for the exploration and creation of an image of the final product as a piece of art.

Keywords: consumerism, photography, product, memory, object.

1. Introdução

Tendo em conta os traços da sociedade que engrenam a sua economia, o consumo e descarte de objetos tem sido uma problemática a nível ambiental. O que nos leva a pensar, se a procura e o desejo por possuir objetos do dia a dia é realmente necessário para a sobrevivência da nossa espécie, ou se faz parte da futilidade adquirida pela evolução da nossa civilização. Ao longo de este relatório, são abordados os principais conceitos ligados à ideia que se pretende transmitir e a fomentação que levou à criação de este pequeno projeto fotográfico. Principalmente, é debatida a controversa sociedade consumista, na qual o homem do século XXI subsiste, e como essa imagem antropocénica instiga na criação e manifestação da arte contemporânea; a sociedade da abundância e a sucessiva produção de objetos quotidianos que vão sendo descartados após a sua utilidade ou substituídos por outros. Para onde vão esses objetos descartados quando não entram no sistema de gestão de resíduos indiferenciados? É a principal questão que se coloca quando nos deparamos com artefactos esquecidos aleatoriamente em lugares aos quais não pertencem. Assim, após a visita de vários locais abandonados, fez-se um levantamento fotográfico dos objetos escolhidos, para integrar o projeto, no seu local primitivo, o qual é nomeado de *habitat*. Deste levantamento fotográfico dos objetos de estudo, *in loco*, surge a série fotográfica *Someone left this here*, que nos remete ao princípio de que aqueles objetos foram deixados ao acaso naquele espaço pela intervenção do homem e não ocasionado por um evento natural. “O pensamento em geral, e o artístico em particular, refere-se a uma nova era, a perigosa era do antropoceno ou antropocénico, que nos faz refletir sobre o impacto das ações do ser humano no clima e nos ecossistemas.” (Nogueira, 2019, p. 166).

Quando abordamos o enfoque sobre o objeto comum como obra de arte, é necessário avaliar as origens teóricas que levam à formação dessa imagem, assim, numa retrospectiva, são citados os principais movimentos artísticos que aceitaram o objeto vulgar como “fonte” de obra de arte. Desde o surgimento da vanguarda, conceito especificamente ligado ao criticismo, no modernismo do início do século XX; ao critério dadaísta, propulsor de novas expressões artísticas que viriam a marcar a visão da arte contemporânea; aos objetos *ready-made* de Duchamp; à neovanguarda fundamentada numa arte objetual, na Arte *Povera*, na cultura *pop-art* e na estética banal do *Kistch* — que por sua vez é valorizada como a arte de mau gosto *Camp*, e a uma pós-modernidade. Todas estas vertentes artísticas facilitaram uma visão crítica

e excepcional sobre o valor do objeto trivial no domínio da arte.

A visão de vários artistas é levada em conta como referências para a imagem do projeto: como Walker Evans, com as suas imagens de ferramentas para a *Fortune Magazine*; fotógrafos como Gideon Mendel e Davide Monteleone, com uma série de imagens de objetos pertencentes a migrantes e refugiados; Jean-Robert Dantou, com os seus “objetos restritos” pertencentes a pessoas com diagnósticos psiquiátricos; o fotógrafo Raphaël Nele, com composições de *souvenirs* do cinema, revistas e postais, fundidos em paisagens naturais; e Michael Wolf, com uma série de imagens que captam os objetos esquecidos e as “cadeiras bastardas” das ruas de Hong Kong. Assim como, artistas plásticos, alguns deles pertencentes ao movimento de Arte Povera: Pedro Cabrita Reis; Michelangelo Pistoletto; Piero Manzoni; José Pedro Croft; entre outros.

Existe uma dualidade perante os objetos de estudo; inicialmente há uma desconstrução da aura do objeto. É possível, a partir dos mesmos recursos de marketing usados na fotografia de produto, curar a imagem nefasta do objeto *sem vida*, conceber-lhe uma nova semiótica. É a partir daqui que a visão artística passa a estar ligada ao resultado fotográfico do produto final mais que ao objeto em si, que para além de se apresentar como produto possui uma instância significativa como repositório memorial, como produto contemplativo.

Não é ao acaso que os objetos de estudo foram escolhidos, para além de descartados por não terem utilidade, parecem pertencer a outra época, é o caso da cassete VHS ou da disquete. Assim, surge a ideia da memória de objeto, o qual, a partir das marcas de desgaste do tempo, o objeto passa a possuir um potencial valor documental.

Ao considerar que os objetos podem ter duas conotações diferentes, uma como produto de marketing e outra como obra de arte, deve-se ter em conta que a mesma imagem fotográfica pode fazer parte de ambos domínios, seja no mercado da arte como no mercado de produto. No entanto, a semiótica que o fotógrafo lhe confere é que vai determinar o propósito da imagem fotográfica. Assim como, numa consideração tautológica da representação do objeto, este pode ter uma conotação artística mesmo que a sua função seja apenas a de um vulgar objeto quotidiano. Como Alexandre Melo afirma a propósito da ligação do objeto à arte contemporânea:

Trata-se, por assim dizer, de olhar para um objeto pequeno e especial, mas vê-lo-emos tanto melhor quanto menos nos concentrarmos exclusivamente nele, e quanto mais repararmos no modo como se situa e se move no todo mais vasto em que se integra. O

funcionamento do sistema da arte contemporânea não é regido por uma lógica própria e específica — algo como uma eventual lógica artística —, mas é antes o resultado do cruzamento e da articulação de diferentes dimensões — económica, cultural e política — da vida social que nele se manifestam e combinam de uma forma, essa sim, peculiar. (Melo, 2012, p. 124).

Sendo assim, deve-se ter em conta os vários fatores sociais que englobam a visão artística contemporânea e não apenas os fundamentos teóricos que a fundaram.

1.1 Sobre o projeto — metodologia

Ao pretender criar um projeto fotográfico a partir de uma série de imagens existe a necessidade de fundamentar por parte do autor o significado e a motivação que levou à criação de referido projeto.

Um projeto bem executado permitirá materializar o nosso propósito comunicativo por meio de um conjunto de fotografias que já não são concebidas como entidades individuais, mas que se tornam num conjunto poderoso. Por trás de um bom projeto, esconde-se uma estratégia de trabalho relevante, dedicação e profundidade. E, acima de tudo, deve haver uma intenção do autor. (Vázquez, 2018, p. 14).

Como todo projeto ou série fotográfica, nasce de uma ideia inicial que pode ter várias ramificações sem nexo, cabe ao fotógrafo criar uma conexão e estruturar o conceito de aquilo que pretende manifestar a partir das suas imagens. Este projeto passou pelo mesmo processo. Desde a ideia original do registo de imagens de espaços abandonados à fixação pelos objetos, o efeito leque das propostas abordadas foi diminuindo até surgir um conteúdo íntegro para fundamentar um projeto fotográfico. Assim, a ideia inicial do abandono foi associada ao desperdício, à acumulação, à abundância e ao consumismo que envolve o cosmos dos objetos quotidianos.

O mais importante é que, a partir do momento em que nos propomos a desenvolver um projeto, seja definido um rumo a seguir e isso nos faz avançar de uma forma muito mais forte e eficaz. Mas para que isso funcione, precisamos saber para onde ir. (Vázquez, 2018, p. 18).

Com base nesta ideia foi feita uma análise entre duas vertentes que dizem respeito ao uso do objeto, a de uso banal e uso artístico, e desta forma, foi explorado o âmbito social do

consumismo, a problemática ambiental da sua estrutura e da fotografia de produto como ferramenta básica de difusão de conteúdo publicitário, e por outro lado, o objeto como peça de arte primitiva. Assim mesmo, são estas as bases de fundamentação que originaram a introspectiva que deu lugar ao projeto.

O título adotado para o ensaio fotográfico — *Someone left this here* — nasce do primeiro pensamento que surge quando nos deparamos com algo que está num lugar ao qual não pertence, alguém que deixou, descartou, “algo” naquele lugar aleatoriamente. A ideia de que o “algo”, ao ter pertencido a alguém e, conseqüentemente, ter sido usado e descartado, compreende uma história, ou memória de uma vivência, espelhada nas marcas do uso.

Os objetos singulares, barrocos, folclóricos, exóticos, antigos, etc., parecem contradizer as exigências do cálculo funcional para responder a um propósito de outra ordem: testemunho, lembrança, nostalgia, evasão. Pode-se ser tentado a ver neles uma sobrevivência da ordem tradicional e simbólica. Mas tais objetos, ainda que diferentes, fazem parte eles também da modernidade e dela retiram seu duplo sentido. (Baudrillard, 1997, p. 81).

Não obstante, sendo o objeto completamente exploratório, deve referir-se que o correspondente ao conceito artístico é concebido em suporte fotográfico digital, a ideia do objeto, que até então pertencia à peça e ao seu espaço, é materializada em duas dimensões. A escolha de uso de câmara digital para levantamento das fotografias no seu *habitat* foi ponderada, pois, muitas vezes os locais escolhidos eram de difícil acesso, expostos a adversidades ambientais e explorados por outras pessoas que poderiam alterar a ordem do espaço, sendo assim, um regresso ao local inicial dos objetos para voltar a fotografar estaria fora de questão. A recolha dos objetos, após a fotografia no local, foi feita com todo o cuidado higiênico — foram utilizadas bolsas de plástico com fecho *zip* — para conservar o objeto até ao estúdio, assim como foram sempre manuseados com luvas, todo o procedimento e cuidado perante o manuseamento dos objetos pode ser assemelhado a objetos encontrados numa cena de crime.

O recurso à princípios e técnicas utilizados na fotografia de produto, para dar forma ao cenário que enquadra os objetos do projeto, foi ponderado de maneira a criar a série de “produto final” dos objetos de estudo. Uma vez que as fotografias no local de levantamento foram feitas com uma câmara digital, considerou-se que as fotografias de estúdio deveriam adotar o mesmo critério, tornando mais acessível a sua pós-produção e tratamento.

1.2 Sociedade consumista, sociedade de abundância

Devemos considerar que vivendo rodeados de objetos e materiais, existe, sem dúvida, um problema de consumismo na nossa sociedade, que leva à acumulação de objetos para além da sua utilidade prática. Para melhor compreender o sentido da sociedade consumista, há que ter em conta vários fatores, desde as diferentes classes de consumidores que integram a sociedade, os principais motivos que levam a consumir, a importância da imagem publicitária e as consequências que resultam do consumo excessivo. Desta forma, são enunciadas várias referências dedicadas a este tema, entre eles Jean Baudrillard (1929-2007), filósofo e sociólogo francês, que, em *A sociedade de consumo*, e em *O sistema dos objetos*, definiu da melhor maneira o domínio associado ao estudo do consumo e do objeto como material de desejo do consumidor:

Vivemos o tempo dos objetos (...) Atualmente somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo que em todas as civilizações anteriores eram os objetos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam as gerações humanas. Os objetos não constituem nem uma flora nem uma fauna. No entanto, sugerem a impressão de vegetação proliferante e de selva em que o novo homem selvagem dos tempos modernos tem dificuldade em reencontrar os reflexos da civilização. (Baudrillard, 2008, p. 14).

Igualmente Beja Santos, em *Mitologias do consumo atual*, afirma que a nossa sociedade é uma sociedade consumista na sua totalidade do espetáculo e das aparências, “(...) e com isto queremos dizer que dependemos das imagens (fabricada, pré-fabricadas, manipuladas, virtuais, ou não) como em nenhum outro momento da História.” (Santos, 2007, p. 7). E novamente, em *Consumo, Logo Existo*, cita Baudrillard, quando se deflete sobre o desperdício, afirmando que este fenómeno não é novo, mas sim as suas dimensões:

Todas as sociedades desperdiçaram, delapidaram, gastaram e consumiram sempre para além do estrito necessário, pela simples razão de que é no consumo do excedente e do supérfluo que tanto o indivíduo como a sociedade sentem não só exibir mas também viver. (Santos 2008, p. 20).

Santos, defende que aquilo que é em demasia fundamenta o valor da abundância, e que, a função do desperdício é distinguir o necessário do supérfluo, sendo assim, é enganoso desejar eliminar a abundância, visto que é esta a maneira de orientar todo o sistema, “O imenso esbanjamento

da sociedade da abundância desafia a raridade, mas ao mesmo tempo justifica. A sociedade de consumo precisa dos seus objetos para existir e reconhece a todo o momento a necessidade de os destruir.” (Santos, 2008, p. 20).

Sobre as diferentes classes de consumidores, sabemos que, nem sempre é fácil de fazer uma avaliação exata, pois existe uma diversidade de compradores, tornando complexo corresponder ao gosto de todos: diferentes pessoas possuem diferentes necessidades e uma mesma necessidade pode ser satisfeita de formas diferentes. Em *Sociologia do consumo*, Raquel B. Ribeiro, afirma que “(...) o consumo enquadra-se num contexto macrossocial, em que conjugam variáveis de cariz sociocultural, demográfico, político ou económico, para só citar as mais relevantes.” (Ribeiro, 2010, p. 19). Contudo, quais são os estímulos que fazem com que haja um consumo de bens materiais muitas vezes desnecessários para a vivência do ser humano? São desencadeados sobretudo pela natureza impulsiva do consumidor, pela eficiência dos métodos de propaganda, e pela ânsia de possuir a maior quantidade de bens possíveis com o propósito de obter estatuto social.

A forma como a sociedade (ou a parte mais poderosa da sociedade, no entender de alguns) condiciona e regula as escolhas de consumo faz-se através de dois mecanismos interdependentes: a reprodução social (efetuada, essencialmente, através da socialização para o consumo, no sentido de replicar as escolhas da classe de proveniência — ou de as desafiar) e a construção da identidade, mediante a atribuição e interpretação simbólica das experiências de consumo, com cargas valorativas diferentes consoante os contextos culturais em causa. (Ribeiro, 2010, p. 23).

Igualmente, em *A sociedade da abundância*, Galbraith compara os impulsos da compra com a desejo de possuir e, dessa maneira, de usufruir um certo estatuto social:

Porque a sociedade dá mais importância à habilidade de produzir um alto padrão de vida, ela avalia as pessoas pelos produtos que elas têm. O impulso de consumir é gerado pelo sistema de valores que dá realce à habilidade da sociedade para produzir. Quanto mais se produz, tanto mais se deve possuir a fim de manter o prestígio apropriado. (...) O consumo de um homem torna-se o desejo do vizinho. Isto já significa que o processo pelo qual as carências são satisfeitas é também o processo pelo qual as carências são criadas. Quantas mais carências são satisfeitas, tantas mais carências nascem. (Galbraith, 1984, p. 159).

Galbraith salienta, da mesma forma, o impulso obsessivo de possuir quando faz uma analogia entre o desejo do homem e os seus demónios:

Se fosse o caso de um homem ao levantar-se todas as manhãs ser assaltado por demónios que lhe instilassem uma paixão umas vezes por camisas de seda, outras por artigos de cozinha, outras por bacios de cama, e outras vezes por laranjadas, haveria todas as razões por aplaudir o esforço por encontrar os artigos, por mais extravagantes que fossem, que apagassem esta chama. Mas fosse o caso que a sua paixão fosse o resultado de ele primeiro ter cultivado os demónios, e se fosse o caso também que o seu esforço para aliviar a paixão pusesse os demónios num esforço cada vez maior, haveria problema quanto a racionalidade da sua solução. Se não fosse refreado por atitudes convencionais, ele por certo perguntaria a si próprio se a solução estava com mais bens ou com menos demónios. (Galbraith, 1984, p. 158).

A este propósito, Baudrillard expõe a relação do consumidor ao objeto, quando o consumidor já não se relaciona ao objeto consoante a sua utilidade, mas, ao desfrutar do conjunto de vários objetos na sua significação total:

Descobre-se que os objetos jamais se oferecem ao consumo na desordem absoluta. Em determinados casos, procuram imitar a desordem, para melhor seduzir, ordenando-se sempre, no entanto, para abrir vias diretoras, para orientar o impulso de compra em feixes de objetos, encantando-o e levando-o, dentro da própria lógica, até ao máximo investimento e aos limites do respetivo potencial económico (Baudrillard, 2008, pp. 15-16).

É de referir que, a motivação da sociedade consumista pode ser estudada a partir do seu comportamento como sujeito consumidor, a qual está ligada à psicologia económica e que estuda o seu comportamento, Mário Beja Santos, em *Mitologias do consumo atual*, afirma que uma psicologia económica está desvinculada da psicologia social, pois a sua esfera de interesses dirige-se a problemas económicos, tais como reações face às variações de rendimentos e preços:

Esgotada a credibilidade no dogma da previsão económica, começou a investigação em torno do novo núcleo: comprar não decorre só da situação económica ou da capacidade financeira de cada um, mas também do sentimento que o indivíduo tem das suas expectativas e aspirações (nascia o vastíssimo universo do imaterial da compra e do estudo do imaginário). Por isso, a psicologia económica é encarada como o estudo do comportamento económico e dos fatores que influenciam as pessoas na tomada das suas decisões de compra. (Santos, 2007, p. 12).

Por outras palavras, a Psicologia Económica engloba diversos comportamentos económicos

ligados ao consumo, poupança, trabalho, finalidade e desemprego. “Com a fragmentação do campo das ciências sociais, a Psicologia Económica passou a abarcar um domínio específico da explicação do funcional e do imaterial da compra.” (Santos, 2017, p. 13).

A publicidade é a principal roda de engrenagem para que o produto chegue a consumidor. Através da imagem publicitária, cria-se a imagem de persuasão e influencia-se os mecanismos de relacionamento do indivíduo com a sociedade. Assim refere Baudrillard, em *O sistema dos objetos*, quando assemelha o consumidor a uma criança:

Ao mesmo tempo que se dissocia produtor e consumidor no mesmo indivíduo, graças à abstração material de um sistema muito diferenciado de objetos, a publicidade empenha-se no sentido inverso, em recriar uma confusão infantil entre o objeto e o desejo pelo objeto, em reconduzir o consumidor ao estágio em que a criança confunde sua mãe com o que ela lhe dá. (Baudrillard, 1997, p. 184).

Da mesma maneira, em *A sociedade do consumo*, refere a publicidade como a constante renovação do uso material dos objetos: “A publicidade realiza o prodígio de um orçamento considerável gasto como o único fim, não de acrescentar, mas de tirar o valor de uso dos objetos, de diminuir o seu valor/tempo, sujeitando-se ao valor/moda e à renovação acelerada.” (Baudrillard, 2008, p. 45).

Em *A Fotografia: História, estilos, tendências, aplicações*, Gabriel Bauret atribui a responsabilidade da publicidade à imagem fotográfica utilizada pela imprensa e os *media*. Do seu ponto de vista, a prática da imagem publicitaria é considerada desprovida de visão artística, pois é uma técnica demasiado restrita para que o fotógrafo tenha total liberdade de criar a imagem pela sua ótica:

A imprensa e os media em geral estão hoje, com toda a evidência, subjugados ao poder económico da publicidade, às vezes muito mais do que ao veredito dos leitores. (...) As consequências medem-se em todos os domínios da arte aplicada e, em particular, no da fotografia publicitária. (...) Embora a fotografia publicitária, relativamente a outros domínios como os da reportagem, se apresente hoje como uma prática importante do ponto de vista económico, não o é certamente do ponto de vista da criação visual. (...) A publicidade é algo demasiado sério para ser confiado a um qualquer criador. Isto explica o facto de o fotógrafo, em muitos casos, se transformar num artesão anónimo e escrupuloso, num executante encarregado de materializar de maneira mais neutra possível, quer dizer, limitando as suas ambições e o seu gosto pela experiência, uma

imagem concebida pelos “criativos” das agências; estes, por sua vez, operam segundo as indicações dos “comerciais”, atentos não só ao desejo dos seus clientes, mas também às características do mercado e à prática dos consumidores. (Bauret, 2006, pp. 71-72).

De igual modo, John Berger, em *Modos de Ver*, aponta para uma forma de entender a imagem publicitária sob o ponto de vista do sujeito consumidor:

Nas cidades em que vivemos, todos vemos centenas de imagens publicitárias a cada dia das nossas vidas. Nenhum outro tipo de imagem no confronto tão frequentemente. Em nenhuma outra forma de sociedade, em toda a história, existiu tal concentração de imagens ou tão grande densidade de mensagens visuais. (...) A imagem publicitaria pertence ao instante. (...) As imagens publicitárias também pertencem ao instante no sentido em que também precisam de ser constantemente renovadas e atualizadas. (...) Estamos agora tão acostumados a que estas imagens se nos dirijam que mal damos pela amplitude da sua percussão. Uma pessoa pode reparar numa imagem específica ou num fragmento de informação por ele corresponder a algum interesse particular. Mas aceitamos o sistema global das imagens publicitárias exatamente da maneira como aceitamos as variações atmosféricas. (Berger, 2018, pp. 153-154).

Do mesmo modo, refere que: “A publicidade é normalmente apresentada e justificada como um medium competitivo que, em última análise, beneficiando o público (o consumidor) e os empresários mais competentes, é também benéfica para a economia nacional.” (Berger, 2018, p. 155). Consequentemente, John Berger avalia a publicidade como uma conduta enganosa para chegar ao consumidor através das suas maiores aspirações:

A publicidade tem como ponto de partida um trabalho sobre o apetite natural pelo prazer. Mas não pode oferecer o objeto de prazer real e não há substituto convincente para um prazer vivido nos seus próprios termos. (...) A publicidade tem como propósito tornar o espectador marginalmente insatisfeito com o seu modo de vida. Não com o modo de vida da sociedade, mas com o seu, situado no interior dela. Ela sugere-lhe uma versão melhorada do que ele é. (Berger, 2018, pp. 157-169).

Também referindo que, as aspirações do consumidor e as que a publicidade oferece, no fundo são ilusões de atração:

O hiato entre o que é realmente oferecido pela publicidade e o futuro que ela promete tem exata correspondência com o hiato entre a forma como o espectador-comprador se vê e o que ele gostaria de ser. Os dois hiatos tornam-se um só. E, em vez de ser preenchido pela ação ou pela experiência vivida, esse hiato singular é preenchido pelos devaneios do glamour. (Berger, 2018, p. 175).

Consideremos então que o consumo tem consequências: de acordo com Baudrillard, são várias as consequências que derivam do consumismo excessivo, — consequências, por um lado, do desenvolvimento industrial e do progresso técnico e, por outro, das próprias estruturas de consumo:

Sabe-se muito bem como a abundância das sociedades ricas está associada com o desperdício, já que foi possível falar de «civilização do caixote do lixo» e encarar a hipótese de fazer uma «sociologia do caixote do lixo»: Diz-me o que deitas fora e dir-te-ei quem és! Mas, a estatística da porcaria e do detrito não tem qualquer interesse; constitui apenas o sinal redundante do volume dos bens oferecidos e da respetiva profusão. (...) Em suma, o desperdício é sempre considerado como forma de loucura, de demência, de disfunção do instinto, que impele o homem a queimar as suas reservas e a comprometer através de uma prática irracional as próprias condições de sobrevivência. (Baudrillard, 2008, p. 39).

Galbraith, em comparação com as consequências da produção e consumo à nível mundial, menciona que a principal problemática é a abundância material e que a sua sucessiva produção resulta no progresso económico da nossa sociedade:

Agora os bens são comparativamente abundantes. Embora haja muita subalimentação no mundo, morre-se mais nos Estados Unidos devido ao excesso de comida e os problemas de saúde daí resultantes. Ninguém sugere com seriedade que todo o aço que vai para o maior dos nossos automóveis é de primeira urgência. Deplora-se agora o tamanho deles. Para muitas mulheres e alguns homens, o vestuário deixou de estar relacionado com a proteção do corpo e tornou-se, qual plumagem, quase exclusivamente erótico. Todavia a produção mantém-se de primacial importância nos nossos pensamentos. Não há tendência de torná-la como certa, tal como em relação ao sol e à água; pelo contrário, a produção continua a medir a qualidade e o progresso da nossa civilização. (Galbraith, 1984, p. 134).

Em síntese, voltando a citar Baudrillard, é necessária a produção e o consumo dos objetos quotidianos para sustentar a economia, assim como o homem precisa de ser consumidor para sustentar a sua própria condição como integrante na sociedade:

A sociedade de consumo precisa dos seus objetos para existir e sente sobretudo necessidade de os destruir. O «uso» dos objetos conduz apenas ao seu desgaste lento. O valor criado reveste-se de maior intensidade no desperdício violento. Por tal motivo, a destruição permanece como a alternativa fundamental da produção: o consumo não passa

de termo intermediário entre as duas. No consumo, existe a tendência profunda para se ultrapassar, para se transfigurar na destruição. Só assim adquire sentido. Na quotidianidade actual, quase sempre permanece subordinado, como consuntibilidade dirigida à ordem da produtividade. Eis o motivo porque, na maior parte das vezes, os objetos lá se encontram por ausência, enquanto a abundância significa paradoxalmente a penúria. O stock é a redundância da privação e sinal de angústia. Só na destruição é que os objetos existem por excesso, dando testemunho da riqueza no próprio ato de desaparecimento. (Baudrillard 2008, p. 46).

1.3 Notas sobre arte vanguardista

Sabemos que a partir de finais de século XIX a arte sofreu uma viragem mediática estética e visualmente, e embora, nos dias de hoje continue a ser, à vista de muitos, uma expressão incompreendida, vale a pena conhecer todas as vertentes pelas quais a história da arte atravessou para melhor compreender a sua atitude perante o espectador. O século XX foi bastante rico em movimentos e estilos artísticos, revelando-se uma época radical em autorreflexão e crítica, onde a atividade artística ganha individualidade e reivindica independência da sociedade e desliga-se de qualquer programa ideológico, temático ou técnico. No entanto, em nenhum momento de toda a história, a arte seguiu de tão perto o evoluir da sociedade como crítica e reflexão.

Ao questionar a sociedade, a Arte questionou também o seu papel no contexto social e as relações entre ela e o seu público. A crítica mordaz dos artistas chegou ao ponto de pôr em causa a própria essência da arte, revendo o conceito e definição dos fenómenos artísticos, cuja delimitação se torna, hoje, cada vez mais imprecisa. (Pinto et al., 2006, p. 824).

De entre os vários estilos que surgiram, é importante nomear alguns que melhor se enquadram no tema a tratar. Talvez o dadaísmo, originado em 1916, pelo grupo Dada, se enquadra como ponto de partida. Foi um movimento global que pretendia a “rejeição sem compromisso da sociedade burguesa, culpada da guerra e do caos subsequente”, segundo os autores Tristan Tzara, Hugo Ball e Hans Harpág.

O movimento Dada teve mais importância como reação à sociedade burguesa do que como criador de um estilo artístico. Na verdade, este grupo acolheu no seu seio autores de diferentes expressões, englobando toda a arte que contestasse a conceção artística

burguesa. Como tal, pretendeu uma regeneração social, surgindo conotado com a oposição política de esquerda, em particular com o anarquismo de Bakunine, que dizia: “Destruição também é criação”. Esta afirmação está ligada a um niilismo latente que pretendeu a destruição e a negação das convenções, explorando o escândalo através de atitudes provatórias, de cunho vanguardista, e de declarações de tipo propagandista. “Dada nega todos os valores que até então foram considerados sagrados e intocáveis, ridiculariza a pátria, a religião a moral e a honra vigentes, arrancando a máscara aos valores idolatrados”, no dizer de Hans Hostäter. Os seus processos aparentemente destrutivos serviram para recriar o caminho da arte, utilizando uma imaginação inventiva inesgotável, com recurso ao absurdo e ao incongruente, valorizando tudo o que era espontâneo, primitivo e inconsciente e negando a razão. (Pinto et al., 2006, pp. 836-838).

Todavia desta iniciativa espontânea e inconsciente, surgem algumas técnicas plásticas que merecem ser referidas: o *ready-made*, por Marcel Duchamp, que consistia na transferência de um objeto da sua função e local originais para um outro contexto, puramente estético; o *object trouvé* (objeto encontrado), um elemento tridimensional, colado sobre a tela e combinado com colagem; o *merzbilder*, por Kurt Schwitters, obra constituída por vários elementos díspares e casuais, extraídos do quotidiano e reunidos numa tela sobre a qual o artista interveio com cor.

Este niilismo inicial conduz a uma arte do século XX, ao surrealismo e, posteriormente à Segunda Guerra Mundial, surgem o New Dada, Arte Conceptual, Arte Informal, Arte Povera e Arte Comportamental. Das vanguardas pós-guerra, nos anos 60, destaca-se: o Novo Realismo, caracterizado por tratar os aspetos desagradáveis da estética do consumo, como a acumulação de detritos e outros elementos vulgares. Os autores de este grupo executavam obras pictóricas e, sobretudo, escultóricas com claras referências dadaístas; a Pop Art, que utilizava uma linguagem figurativa recorrendo a símbolos, figuras e objetos próprio da cidade e do seu quotidiano, ligada à “cultura popular” de imagens do quotidiano, retiradas da BD, de revistas, fotografias, cinema e televisão, com recursos técnicos e mecânicos como a fotografia e a serigrafia e, com resultados plásticos e uma linguagem com uma certa impessoalidade e frieza; a Arte Povera, surgida em Itália em 1967, é constituída por atividades variadas, pouco definidas, cujo ponto em comum é a sua elaboração com materiais pobres, materiais já usados, desgastados ou pouco usuais em arte.

Francesco Manacorda faz uma descrição sobre a Arte Povera, em *Arte povera na coleção Berardo* (2005). Principalmente caracterizando-a como um movimento controverso:

A definição do termo Arte Povera tem sido fonte de muitos problemas, tanto para os críticos como para os historiadores de arte. Para começar, os artistas que se agruparam sob esta designação apenas mantiveram uma identidade coesa enquanto grupo durante um período limitado de tempo, especialmente depois de 1972, o termo ter sido rejeitado pelo seu criador, o crítico Germano Celant, levando a que os artistas do grupo passassem a concentrar-se mais nas suas respetivas expressões individuais. Os interesses linguísticos e formais até então partilhados seguiram orientações diferentes; contudo, um certo tema ou estilo coletivo ainda é reconhecível nas diferentes carreiras das principais figuras dessa corrente. (Manacorda, 2005, p. 8).

Numa opinião crítica, considera-se que a Arte Povera propõe distanciar-se de matérias mais simples e diretas, pretende gerar reflexão perante a obra, através da simplicidade dos seus materiais:

A componente evocativa da designação parece, com efeito, desservir o entendimento das suas características mais importantes. Povera significa “pobre” em italiano, mas enquanto a pobreza dos materiais usados na Arte Povera pode oferecer pretextos de leitura tentadores, essa característica não é exclusiva do movimento italiano. (Manacorda, 2005, p. 8).

Foi durante os anos 60, que um grupo de artistas decidiram romper com as convenções da arte apresentando uma exposição de um conjunto de obras inseridas no movimento Arte Povera:

O movimento faz parte das alterações internacionais que ocorreram no seio das vanguardas europeias e americanas durante os anos 60, e que culminaram na lendária exposição *When Attitudes Become Form*, organizada por Harald Szeeman (Kunsthalle Bern, 22 de março a 27 de abril, 1969). O conceito básico por trás da exposição era o facto de um grupo de artistas propor estratégias e processos artísticos como a principal preocupação, a *raison d'être* das suas obras. Parafraseando o título da exposição, uma determinada atitude em relação à arte ou em relação à vida (talvez especialmente em relação ao intervalo entre ambas) podia ser transmitida por meio da obra, materializando abordagens e preocupações concetuais na forma de um objeto físico. A Arte Povera pode certamente ser abordada a partir desta perspetiva, pois representa um conjunto de fórmulas possíveis que combinam estas diferentes atitudes. (Manacorda, 2005, pp. 8-9).

Manacorda reconhece igualmente que, é evocada uma energia através dos materiais utilizados nas obras pertencentes ao movimento artístico da Arte Povera e que é esta energia que compreende as principais características da visão deste movimento:

Tendo em conta essa combinação de materiais em bruto e precisão concetual, a forma peculiar que surge como denominador comum do grupo de artistas que gravitam em redor do tema Arte Povera poderá ser definida como “materiais combinados sob uma visão concetual”, o que resulta na manifestação de um certo tipo de energia, capturada em plena transformação. Essa energia pode assumir formas diversas, ora derivando de leis físicas e naturais, ora personificando no poder concetual da imaginação e do entendimento racional, cujos objetivos incluem a capacidade de produzir afirmações poéticas. (Manacorda, 2005, p. 9).

Os artistas pretendiam voltar a sua atenção para temas da natureza e derivados, anulando os processos industriais e criticando o empobrecimento de uma sociedade consumidora e acumuladora:

A relação que os artistas do grupo Arte Povera mantêm com o material e a superfície enquanto tabula rasa deve-se certamente à influência de mestres italianos de geração anterior como Lucio Fontana e Enrico Castellani, enquanto a sua precisão concetual e irreverência teve um precursor em Pierro Manzoni. Destes artistas, herdaram a vontade de quebrar com a tradição formalista italiana, sem a abandonarem por completo. A inclusão nesta exposição de obras de Castellani, e especialmente de Manzoni, ajuda a facilitar o entendimento da interação de materiais, conceitos e superfície que constitui um aspeto central de muitas peças de Arte Povera. Uma vez identificado um denominador comum como este na atitude do grupo, importa compreendermos que a forma como se combinam formas peculiares de energia ou conceitos varia conforme variam, de artista para artista, as preocupações e atitudes experimentais. Se o grupo se une em redor de uma fórmula que articula preocupações gerais com energia através da interação de conceito e matéria, diversas aplicações serão dadas a essa receita, devido a obsessões pessoais e necessidades metafísicas por vezes irreconciliáveis. (Manacorda, 2005, pp. 12-13).

Isabel Nogueira, em *Teorias da Arte*, alega que:

A arte torna-se crítica de si própria. Para Clement Greenberg, seria vanguardista toda a prática artística que procedesse de uma clara intenção consciente de chocar, de romper com determinada convenção. A vanguarda estabelecia-se como promessa de infinito, de mito de renovação total, marcando, inclusivamente, a crise do conceito de obra de arte. (Nogueira, 2019, p. 56).

Acrescenta que os movimentos vanguardistas libertaram o homem dos seus impedimentos criativos, assim como atribuíram valor ao objeto artístico na sua simplicidade:

O que salvou muitas vezes a vanguarda do nihilismo foi justamente este caráter destrutivo mas com um fim construtivo. Os movimentos vanguardistas, por mais extravagantes que tenham sido, apresentaram soluções que tiveram em comum o desejo de libertar o homem dos obstáculos redutores da sua essência. (...) Mas, sobretudo, o objeto artístico valia por si próprio e, neste sentido, estava justificada a sua existência e necessidade. (Nogueira, 2019, p. 57).

Desse modo, a vanguarda surgiu com o propósito de contradizer o distanciamento e a autonomia entre a arte e a vida:

O objetivo da vanguarda é o de, partindo da arte, organizar uma nova praxis vital, de modo a que a arte constitua um fim em si e não seja propriamente portadora de uma função social, uma vez que é anulada a separação entre a arte e a vida. Os movimentos históricos de vanguarda recusa, ainda a produção e a receção individual da obra de arte. (Nogueira, 2019, p. 59).

A este propósito, Ortega y Gasset reflete em *A desumanização da arte*, que umas das características da arte do século XIX, seria a de uma arte jovem que desumaniza toda a arte antiga, em particular ao designar esta arte como exclusivamente sensorial, e portanto, para artistas:

Compreende-se, pois, que a arte do século XIX tenha sido tão popular: foi feita para a massa indiferenciada na medida em que não é arte, mas extrato de vida. (...) E por este processo chegar-se-á a um ponto em que o conteúdo humano da obra será tão escasso que quase não se verá. Teremos, então, um objeto que só pode ser compreendido por quem possua o dom peculiar da sensibilidade artística. Seria uma arte para artistas e não para a massa dos homens; será uma arte de casta e não uma arte demótica. Eis porque razão a nova arte divide o público em duas classes de indivíduos: os que a entendem e os que não a entendem: isto é, os artistas e os que não o são. A nova arte é uma arte artística. (Ortega y Gasset, 2018, pp. 67-68).

Da mesma maneira, declaram que a arte não é repetitiva e que com o passar do tempo nada pode ser novo, a não ser que, exista uma mudança emotiva pela forma de ver arte:

Em arte, é nula a repetição. Cada estilo que aparece na história pode gerar certo número de formas diferentes dentro de um mesmo tipo genérico. Mas chega um dia em que a

magnífica mina se esgota. (...) O que acontece é que se esgotaram as combinações possíveis dentro desses géneros. Por esta razão, deve considerar-se uma sorte coincidir com este esgotamento a emergência de uma nova sensibilidade capaz de descobrir novas minas intactas. (Ortega y Gasset, 2018, p. 69).

Tendo em conta as mudanças pelas que a nossa civilização tem vindo a passar ao longo dos anos, e como essas mudanças afetam sensorial e culturalmente o mundo da arte, podemos assumir que, o homem, como observador e criador, tende a transformar sensorialmente a sua perceção perante o que o rodeia, e assim, desconstruir a alegoria do objeto para lhe atribuir um novo sentido:

O importante é que existe no mundo o facto inquestionável de uma nova sensibilidade estética. Face à pluralidade de direções especiais e de obras individuais, essa sensibilidade representa o genérico e como que o manancial de aquelas. Isto é o que me parece de algum interesse definir. E, ao procurar a nota mais genérica e característica da nova produção, deparo com a tendência para destanzar a arte. (Ortega y Gasset, 2018, p. 78).

Deste modo, é recriado o conceito artístico, pois não deve possuir regras nem consistir numa ciência exata, deve atravessar a perceção do observador oferecendo-lhe muito mais do que um simples conceito estético:

Não é tão evidente como supõem os académicos que a obra de arte tenha de assentar, forçosamente, num núcleo humano que as musas penteiam e retocam. Isso é reduzir a obra de arte unicamente à cosmética. Já indiquei antes que a perceção da realidade vivida e a perceção da forma artística são, em princípio, incompatíveis por exigirem uma acomodação diferente do nosso aparelho percetivo. Uma arte que nos proponha esse duplo olhar será uma arte vesga. O século XIX foi de sobremaneira vesgo; por isso os seus produtos artísticos, longe de representarem um tipo normal de arte, são, talvez, a anomalia máxima na história do gosto. Todas as grandes épocas da arte evitaram que a obra tivesse no humano o seu centro de gravidade. E esse imperativo de exclusivo realismo que governou a sensibilidade da passada centúria significa precisamente uma monstruosidade sem paralelo na evolução estética. Resulta daí que a nova inspiração, aparentemente tão extravagante, volta a tocar, pelo menos num ponto, o caminho real da arte. Porque este caminho chama-se «vontade de estilo». Ora bem, estilizar é deformar o real, desbalizar. Estilização implica desumanização. E vice-versa, não há outra maneira de desumanizar a não ser estilizar. (Ortega y Gasset, 2018, pp. 84-85).

Em relação à integração da arte contemporânea na sociedade atual e em todas as suas dimensões, Alexandre Melo, em *Sistema da arte contemporânea*, considera que o sistema de arte contemporâneo é minoritário, pois é usufruído apenas por um conjunto de população com características de percepção cultural superior, assim sendo considerado uma área que, pela sua complexidade cognitiva, compreende apenas a um grupo privilegiado:

Sendo minoritário e, mais ainda, elitista, o que remete para uma minoria identificada por uma dotação cultural particularmente elevada, o sistema de arte contemporâneo poderia ser, e frequentemente terá sido, considerado como um objeto privilegiado para uma análise microscópica, isto é, uma análise em que seria possível circunscrevê-lo e destacá-lo com precisão no e do conjunto da sociedade, e ajustar a lente para detalhar cada um dos seus elementos e movimentos até chegar a descobrir e a revelar a sua lógica e dinâmica próprias. (Melo, 2012, p. 123).

Portanto, devemos analisar e compreender a situação social que engloba o sistema da arte contemporânea:

Trata-se, por assim dizer, de olhar para um objeto pequeno e especial, mas vê-lo-emos tanto melhor quanto menos nos concentrarmos exclusivamente nele, e quanto mais repararmos no modo como se situa e se move no todo mais vasto em que se integra. O funcionamento do sistema da arte contemporânea não é regido por uma lógica própria e específica — algo como uma eventual lógica artística —, mas é antes o resultado do cruzamento e da articulação de diferentes dimensões — económica, cultural e política — da vida social que nele se manifestam e combinam de uma forma, essa sim, peculiar. (Melo, 2012, p. 124).

Devemos, em última instância, compreender o sistema da arte contemporânea na sua totalidade como um organismo desprovido de regras e normas que se movimenta consoante o peso social no qual se integra.

1.4 O mercado da arte perante o mercado de produto

Cabe fazer uma distinção na divulgação do objeto como produto para fins comerciais ou como peça de arte. Temos de ter em conta que, o mercado da arte está dividido em dois grupos culturais, segundo Alexandre Melo, em *Sistema da arte contemporânea*, o mercado da arte divide-se entre uma cultura de massas e uma cultura erudita. Sendo que esta divisão é influenciada especialmente pela capacidade apreciativa perante o conceito da arte, assim, entre:

«democratização» *versus* «elitismo». A cultura de massas estaria relacionada com o indivíduo comum desprovido de visão crítica perante a arte, não possui bases suficientes para compreender o objeto artístico; por outro lado, para reconhecer uma obra de arte contemporânea seria necessário possuir uma distinção intelectual e emocional que só compreende a uma cultura erudita, com esta afirmação, Melo confere elitismo à arte contemporânea:

No domínio das artes plásticas, estas contradições têm a sua expressão mais evidente na observação corrente segundo a qual «o cidadão comum não percebe a arte contemporânea». Em rigor, seria preciso discutir o que é «perceber» arte, «contemporânea» ou não, porém, o que importa aqui é reconhecer que, efetivamente, as linhas de força dominantes da evolução da arte contemporânea assentam em especulações, experiências e sofisticacões, intelectuais e emocionais, que não são reconhecíveis, de forma direta e evidente, na experiência quotidiana nem no património cultural do cidadão comum. (Melo, 2012, p. 28).

Em contrapartida, considera que a partir dos anos 60, o movimento artístico Pop Art, distinguiu-se como uma troca de valores entre ambas as culturas. Esta expressão artística serve-se de artefactos comuns no meio da cultura de massas para criar peças com valores artísticos com significados próprios de uma arte para a cultura erudita:

No entanto, também em relação a esta contradição, assistimos, sobretudo desde a arte pop nos anos 1960, a um movimento biunívoco de import-export de valores entre a «cultura de massas» e a «cultura erudita». Trata-se de um duplo movimento pleno de implicações e ambiguidades. Por um lado, a «cultura erudita» apropria-se de sinais, imagens ou, literalmente, objectos da «cultura de massas» e recicla-os no interior do seu próprio circuito. (Melo, 2012, p. 28).

Esta troca de valores entre objetos resulta num vínculo entre culturas, mas que ao mesmo tempo se destituem por cada cultura compreender um significado diferente, assim é enfatizada a ideia elitista e particular que provoca a separação de ambas as culturas:

Na medida em que objetos e imagens similares, formalmente homogéneos, circulam simultaneamente em circuitos — «consumo de massas»/«mundo da arte» — que permanecem separados e afastados, podemos também considerar que a homogeneidade formal dos objetos apenas vem reforçar a natureza elitista, exclusivista e terrorista da separação dos circuitos» (Melo, 2012, p. 29).

O colecionador de arte confere ao objeto artístico uma linguagem de natureza privilegiada,

quando lhe acrescenta um valor emocional ou intelectual. Assim, passa a diferenciá-lo de qualquer outro objeto vulgar:

Tais objetos são o lugar de um investimento afetivo e intelectual diferente do que é votado aos objetos comuns da experiência quotidiana. Esse investimento corresponde a um vasto leque de sensações e reflexões específicas, incluindo as várias modalidades de prazer estético — desde a obsessão fetichista ou o êxtase místico até à simples sensação de bem-estar provocada por uma harmonia decorativa — e de especulação intelectual, que em regra geral estão ausentes das relações triviais com os objetos comuns. (Melo, 2012, p.16).

Mas o que leva a este colecionador a adquirir tais objetos é a ânsia de obter um certo prestígio cultural, que o diferencie entre as classes referidas anteriormente. “O prestígio social surge como motivação para a aquisição de obras de arte na medida que estas, devido à sua particular dimensão cultural, se tornam suscetíveis de servir de suporte a um processo infinito de diferenciação social de luxo” (Melo, 2012, p. 17). Seguindo a mesma ideologia do consumidor comum, o colecionador de arte também compreende que, quanto maior for o número de obras de arte na sua coleção, maior será a sua influência dentro do seu círculo intelectual:

A partir de certos níveis muito elevados de consumo, ter mais um carro ou mais uma moradia não produz nenhum acréscimo de prestígio. Mas a posse de uma obra rara, o acesso a um artista «difícil», um grupo de peças que em conjunto criam uma imagem de marca, em suma, os efeitos associados à posse de uma coleção, não só remetem para os valores do único e inimitável como deslocam o colecionador para uma esfera em que o dinheiro não basta. É preciso o gosto pessoal, a formação cultural, a relação social com uma elite artística. (Melo, 2012, p.17).

Neste sentido, o acesso à compra de objetos de arte e bens culturais, acrescentam ao sujeito uma personalidade reconhecida culturalmente e respeitada pela sociedade no seu todo. Evocando ao colecionismo:

Para a maioria dos colecionadores são determinantes fatores psicológicos agregados ao desejo e ao prazer da posse, ao fascínio da acumulação ou do convívio direto com as obras, ou ainda fatores socioculturais associados à afirmação pessoal de uma imagem pública ou a um empenho cívico na valorização da vida cultural de uma comunidade. (Melo, 2012, pp. 52-53).

Voltando à ideia do consumismo, Isabel Nogueira evoca Gilles Lipovetsky, quando cita que a

questão de globalização e da sociedade de consumo está associada a uma era do vazio:

Sem dúvida temos de partir do mundo do consumo. Com a profusão luxuriante dos seus produtos, imagens e serviços, com o hedonismo que induz, com o seu clima eufórico de tentação e proximidade, a sociedade de consumo revela até à evidência a amplitude da estratégia da sedução. Esta (...) identifica-se com a ultra-simplificação das opções que a abundância torna possíveis. (Nogueira, 2019, p. 132).

Segundo Nogueira, “o consumo e um certo individualismo são transversais às sociedades ditas pós-modernas. O aumento avassalador do consumo e da produção repercute-se no carácter efémero das modas, dos produtos e mesmo das ideias e da arte.” (Nogueira, 2019, p.135).

2. Memória afetiva de um objeto

Se considerarmos que os objetos que nos rodeiam possuem uma existência que os envolve, como uma aura metafísica e, que, lhes confere uma alma, estaríamos perante uma transformação do material numa crença teleológica, um “algo” que compreende características humanas, e que, por conseguinte, retém a faculdade de memória. Não obstante, sendo que o objeto depende do sujeito, e vice-versa, consideramos que o objeto tem a capacidade de eclipsar o sujeito observador quando se manifesta como um espelho da sua percepção, neste caso o vazio do objeto material é preenchido pela abstração que o sujeito lhe restitui; invocando Didi-Huberman, perante o objeto “o homem da crença verá sempre outra coisa para além daquilo que vê.” (Didi-Huberman, 2011, p. 26).

Sobre a relação que o objeto visual produz ao observador como experiência, Georges Didi-Huberman, cita que:

Ao abordarmos as coisas visuais através da perspectiva do dilema, acreditamos poder escolher um lado, isto é, permanecer finalmente numa posição estável; mas, na realidade, fechamo-nos na imobilidade inapelável das ideias fixas, das posições simétricas. Cingimo-nos a uma guerra imóvel: a um conflito petrificado, medusado. (Didi-Huberman, 2011, pp. 55-56).

Portanto, o objeto, o sujeito e o ato de ver não se aplicam apenas no que é visível, mas inclui uma percepção sensorial de crer que existe uma presença não palpável, para além da imagem diante de si:

O ato de ver não é a resultante de um mecanismo de percepção do real sob a forma de evidências tautológicas. O ato de dar a ver não é o ato de dar evidências visíveis a pares de olhos que se apoderam unilateralmente do «dom visual» para se satisfazerem unilateralmente. Dar a ver é sempre inquietar o ver, no seu ato, no seu sujeito. Ver é sempre uma operação do sujeito, portanto uma operação rasgada, inquieta, exaltada, aberta. (Didi-Huberman, 2011, p. 57).

Maurice Halbwachs, em *Les cadres sociaux de la mémoire*, o qual afirma que a memória

coletiva dos objetos do nosso cotidiano pouco se altera, proporcionando uma imagem estável e definitiva, dando uma sensação de ordem e paz, oferecendo um conforto imóvel, despreocupado com a nossa inquietação e mudança de humor:

Tão verdadeiro é que nossas imagens habituais do mundo externo são inseparáveis de nosso eu, que esse colapso não se limita aos doentes da face. Nós mesmos podemos experimentar um período semelhante de incerteza, como se tivéssemos deixado para trás toda a nossa personalidade, quando somos obrigados a mudar para um ambiente novo e ainda não nos adaptamos a eles. (Halbwachs, 1925, p. 47).

No entanto, questiona-se sobre o porque da nossa afeição aos objetos, porque desejamos que nunca mudem e se percam, abstraindo as considerações úteis ou estéticas que possam ter:

O que está envolvido não é mais harmonia e congruência física entre lugar e pessoa. antes, cada objeto apropriadamente colocado no todo lembra um modo de vida comum a muitos homens (...) De fato, as formas de objetos circundantes certamente possuem tal significado. Eles representam uma sociedade muda e imóvel. Enquanto eles não falam, nós os entendemos porque eles têm um significado facilmente interpretável. Eles estão imóveis apenas na aparência, pois a preferência e os hábitos sociais mudam. (Halbwachs, 1925, p. 47).

Entendemos, por tanto, que as imagens espaciais dos objetos ocupam um papel importante na memória coletiva. Nesta perspectiva, Halbwachs assemelha a percepção desta memória a um lugar onde se vão incorporando impressões de cada sujeito, e assim cada parte desta memória tem uma conotação especial para os elementos do grupo:

O lugar que um grupo ocupa não é como um quadro negro, onde se pode escrever e apagar figuras à vontade. Nenhuma imagem de um quadro negro pode lembrar o que foi escrito lá. O quadro não poderia se importar menos com o que foi escrito anteriormente, e novos números podem ser adicionados livremente. Mas o lugar e o grupo receberam a impressão do outro. Portanto, todas as fases do grupo podem ser traduzidas em termos espaciais, e sua residência é apenas a junção de todos esses termos. Cada aspeto, cada detalhe, deste lugar tem um significado inteligente apenas para os membros do grupo, pois cada porção de seu espaço corresponde a vários e diferentes aspetos da estrutura e da vida de sua sociedade, pelo menos do que é mais estável nela. (Halbwachs, 1925, p. 48).

Numa conversa entre o artista Isso Samb e Antje Majewski, Samb afirma que os objectos que

não possuem vida própria, mas sim uma energia e sinergia ambiental que evoca a sua história:

É muito, muito difícil considerar o objeto em si mesmo, conceder-lhe outra carga de energia além de uma superficial, ou aquela que uma máquina lhe possa ter dado. Porque sabemos que é fortuito não estarmos dispostos a conceder a essa pedra essa energia, esta palavra que força sem ver um deus, um criador único diante de nós. (...) Gostaríamos de dar aos objetos um novo significado, vários significados. Gostaríamos que houvesse vários significados. Mas ainda existe a recusa em aceitar que além do significado que damos ou que as pessoas dão aos objetos culturais socializados, há o significado que os objetos dão a si mesmos, que não criamos. (Samb, 2010, p. 109).

Samb pretende expor que ao evocar a energia que os objetos carregam, aceitamos que os objetos são possuidores de tal presença sem a imposição da influência humana:

Mas temos que ter coragem de dar esse passo. Reconhecer que, além do fato de podermos carregar o objeto, de carregá-lo nós mesmos, o objeto em si possui uma força, uma vida que é significativa e o faz independentemente de nossa vontade, de nossas necessidades, de nossos desejos e da nossa estética preocupa-se em fazer os objetos seguirem na direção que lhes indicamos. (Samb, 2010, p. 110).

No entanto, apesar da energia sensorial que carregam, estes objetos estáticos precisam da nossa influência para se deslocarem. Dispensando os fatores ambientais, que induziriam em debates entre criacionistas e materialistas:

É por isso que, se os deixarmos nos seus lugares, eles permanecerão nos seus lugares. Se não ajudarmos aquele objeto ali a se mudar de lugar, ele não o fará por si mesmo. E mesmo o vento mais poderoso que existe não será capaz de levantá-lo. E o fogo mais destrutivo que existe não o queimará porque, mesmo que ele se torne em cinza... isso apenas nos levará de volta às discussões entre os criacionistas e os materialistas. (Samb, 2010, p. 110).

Isso Samb fala igualmente sobre o desgaste que o objeto sofre ao longo do tempo, quando passa de mão em mão, por sujeitos diferentes, este descarrega a sua energia inicial, mas ao mesmo tempo ganha traços das mãos e dos lugares pelos qual passa. O objeto que “viaja”, possui um “coração” o qual vai sendo completado com a memória das suas viagens, guardando cada valor do lugar no qual pertence:

Quanto mais o objeto passa de mão em mão, menos ele será carregado e mais se descarregará, como uma pasta, e objeto que carrega o rastro de todas as mãos que o seguraram, de todas as pessoas, todos os seus olhares e todos os locais. Vamos supor

que tu colocas os teus objetos aqui. Eles adquirirão significado a partir daqui, eles compartilharão esse significado com as coisas que estão aqui, e isso vai direto para o coração do objeto. Inevitavelmente. E onde quer que você os coloque — no seu estúdio, em um apartamento, na rua ou perdido em algum lugar de uma estação — este objeto terá um significado com ele, a história deste país, a história dos homens deste país, a mulher deste país, a história das aves que migrarão em breve e talvez façam a mesma trajetória que fizeram antes ou depois da chegada do objeto. (Samb, 2010, p. 110).

Sendo esta a relação de objeto-sujeito, o objeto fala a sua própria linguagem iconográfica.

2.1 Referências artísticas

Como referências artísticas, são considerados os trabalhos de alguns fotógrafos, pelo seu conteúdo simbólico, semelhante em grande parte ao tema do objeto de estudo.¹

Arne Svenson & Ron Warren em *Chewed* (2011)

Svenson e Warren fotografaram as vítimas mastigadas em um estilo formal, porém irreverente, adequado à perspectiva do animal; os restos sujos e desfiados de brinquedos de estimação que são descartados sem um segundo olhar. As criaturas fofinhas outrora felpudas e brinquedos de borracha antes saltitantes são transformados em intrigantes esculturas sem olhos, sem braços e com uma só perna — arrancadas das mandíbulas, por assim dizer, do esquecimento. Brinquedos transfigurados pelos dentes afiados e mandíbulas poderosas do animal.

Claus Goedicke em *Some Things* (2008)

Claus Goedicke é um fotógrafo alemão cujo projeto *Some Things* parece um catálogo de fotos de naturezas-mortas diretas, com cores vibrantes e impecavelmente compostas. Revela uma preocupação com a cultura do consumo: garrafas de plástico, utensílios domésticos e alimentos, todos fotografados contra fundos planos e coloridos para atentar para a sua forma. Na sua assinatura, brilho brilhante e iluminação precisa, o trabalho de Goedicke lembra a linguagem visual da publicidade.

Daide Monteleone em *Harraga's traces in Lampedusa* (2018)

Esta série é feita a partir de objetos pertencentes aos “Harraga” — “aqueles que queimam” (papéis, fronteiras, leis) —, migrantes que saem da costa norte-africana em barcos improvisados

¹ Imagens em Anexo I

para tentar se refugiar na Europa, encontrados nas praias da ilha de Lampedusa, na costa da Sicília, ou recolhidos nos barcos que aportam da melhor forma possível. Coletes salva-vidas, fotografias, bules, garrafas, cartas, etc.; essas relíquias são cuidadosamente recolhidas e colocadas lado a lado constituem um memorial em forma de catálogo das vidas esquecidas.

Gideon Mendel em *Dzhangal* (2016)

Consiste em vários objetos exibidos ordenadamente que Mendel colecionou durante várias visitas ao campo de refugiados de Calais. A ideia original era ensinar fotografia aos migrantes, mas devido à sua relutância em relação às câmaras, com medo de prejudicar os seus pedidos de residência, Mendel decidiu retomar a sua atenção para os objetos no chão. Numa série de fotos impressionantes — também parte da exposição — o fotógrafo quis captar a humanidade de Calais ao invés da polémica, com o objetivo de criar ordem a partir do caos.

Jean-Robert Dantou em *Objets sous contrainte* (2014)

Ele tenta sair do espetacular e do estigma, para fazer as pessoas aparecerem por trás desses objetos. Faz parte da primeira parte do projeto *Les murs ne parlent pas*. Nesta obra, Jean-Robert Dantou optou por fotografar objetos que nos remetem ao quotidiano de pessoas descritas como esquizofrênicas, bipolares, portadoras de transtorno obsessivo ou síndromes depressivas. Cada história nos submerge na questão crucial da percepção dos perigos, dos riscos aceitáveis e inaceitáveis. Esses “objetos simbólicos” permitem contar as histórias que tecem a vida de pessoas com transtornos psiquiátricos, dos que sofrem, dos que cuidam deles, dos que os amam e vivem na incerteza.

Michael Wolf em *Lost Laundry* (2019), *bastard chairs* (2002)

A série *Lost Laundry*, faz parte de uma trilogia que o fotógrafo copilou com imagens em Hong Kong — *Hong Kong Trilogy* —, esta série mostra peças de roupa que devem ter caído de uma janela em um arranha-céu, mas ficou presa em andaimes, fios de telefone, árvores ou um letreiro de néon gigante. Enquanto que na série *bastard chairs*, os objetos da imagem são cadeiras e bancos que foram recuperadas e reparadas tantas vezes que parecem designs de Frankenstein.

Quentin Bertoux em *Duos* (2000), *Thinking Heads* (2006), *The red string* (2009), *Theme figures* (2009)

Possui várias series fotográficas de composições com a integração de objetos em estúdio, que possuem uma energia e movimento caraterístico, serve-se de uma semiótica atrevida, ilustrando e criando naturezas mortas as quais ele chama de “vida animada”.

Raphaël Neal em *Rescapee* e *Les Nouveaux vestiges* (2016)

Inspirado por sua paixão pelo cinema, produziu duas séries semelhantes: *Rescapee* e *Les Nouveaux vestiges* (*The New Remnants*). Aqui, elementos falsos de souvenirs — fotos de atores, capas de revistas ou cartões-postais para os quais os amigos do fotógrafo posaram — são fotografados novamente em fundos naturais, da Islândia às paisagens sulfúreas do sul da Itália, como se se tratassem de relíquias sobreviventes a um apocalipse.

Walker Evans em *Beauties of the Common Tool* (1955)

Na edição de julho de 1955 da *Fortune Magazine*, Evans exaltou as ferramentas manuais icônicas num ensaio fotográfico, "*Beauties of the Common Tool*". Referindo-se à loja de ferragens como uma "mostra de museu excêntrica", Evans elogiou as formas "não planejadas" das ferramentas clássicas e repreendeu os "fabricantes que gostam de design" que ousaram alterar o mínimo detalhe. Recortes de lata, uma espátula de pedreiro, um alicate e um abridor de caixas eram, aos olhos de Evans, padrões de "elegância, franqueza e pureza". Em última análise, o que Evans valorizou foi o design, a construção que resultou da compreensão do fabricante da função, da eficiência da sua forma e materialidade.

No entanto, não se pode deixar de mencionar alguns artistas plásticos que influenciaram em grande parte o conceito artístico ligado ao projeto. Tais como, por exemplo:

Giulio Paolini, na sua instalação *Averroes* (1967), uma mistura de bandeiras num único mastro que são expostas de maneira aleatória como se estivessem arrumadas numa arrecadação, junto com outros objetos, assim transmitindo ideia de abandono; o artista multidisciplinar Issa Samb, o seu trabalho é derivado da tradição africana combinada com os movimentos europeus de vanguarda, de entre as suas obras encontram-se uma coletânea de documentos de todos os tipos (jornais, cartas, cartazes...) e objetos colecionados durante as peregrinações que fazia em Dakar, no seu todo formava instalações, com combinações de várias peças, que tinham como principal carácter difundir a singularidade dos objetos; José Pedro Croft possui várias obras com o recurso a espelhos e a fragmentação de objetos, assim como corte, montagem e transformação de objetos quotidianos, nas suas esculturas pretende representar a memória dos objetos que sofreram as alterações das marcas de uso e mostrar ao espetador um campo energético transcendente, destaca-se a exposição — *Dois desenhos, uma escultura* —, da qual uma das esculturas, de madeira e espelho, representa uma estrutura semelhante a uma mesa completamente transfigurada; o artista italiano Mario Merz começou a criar arte de objetos perfurados por *neons*, continuou com a criação de iglus e de mesas em espiral e expandiu-se para os projetos arquitetónicos, de entre todas as suas obras salientando especialmente os iglus feitos com materiais encontrados orgânicos e quotidianos que formam uma estrutura cupular

promovendo uma ideia de abrigo simples e vital; Marisa Merz, sendo reconhecida como a única mulher do movimento italiano Arte Povera, esta artista recorre, tal como Mario Merz, a objetos e materiais simples como pedras, cimento e outros para estruturar e criar as suas esculturas, resultam obras disformes mas com complexidade; de Michelangelo Pistoletto destaca-se a *Venus of the Rags* (1967), uma escultura de vénus virada de costas para o observador mas diante duma pilha de trapos, esta obra traduz a realidade contemporânea da imagem da abundância; Pedro Cabrita Reis realizou recentemente uma exposição no Museu de Arte Contemporânea de Serralves, intitulada *A ROVING GAZE*, da qual as várias instalações destacam-se pela complexidade das composições, feitas com recurso a objetos comuns, que são criadas sob painéis de quadros; Do artista Piero Manzoni, destaca-se a sua obra *Artist's Shit* (1961), uma coleção de noventa latas com o intuito crítico e irónico de vender “merda de artista” enlatada, como se tratasse de uma obra de arte como matéria prima prestes a ser lançada ao mercado, o artista pretendia assim criar uma sátira da ideia do uso da arte como mercadoria; por ultimo o artista Pino Pascali, também representante da *Arte Povera*, distinguem-se obras como *Trap* (1968), uma escultura feita de palha de aço entrelaçada em forma de rede, esta “armadilha” similar as redes de corda utilizadas para caçar animais selvagens, do mesmo material e também inserido no âmbito da selva resulta a obra *Ponte*, uma ponte com a mesma estrutura de rede que serviria de travessia pendurada entre arvores.

2.2 A fotografia como *medium* de reprodução

Sempre que se fala em fotografia como uma perspectiva artística, cabe lembrar que a sua popularização em meados do século XIX desencadeou uma disputa entre o uso da fotografia como meio de expressão artístico ou apenas uma ferramenta de reprodução de obras de arte. Em *História da fotografia, ao encontro das imagens*, Luís Mendonça evoca o poeta francês Baudelaire, o qual manifestou uma enorme descrença em relação à fotografia, pois receava que esta prejudicasse a pintura, de tal maneira que a considerava apenas como instrumento de registo e cópia:

Baudelaire inquietava-se com o empobrecimento do espírito numa arte — que não era reconhecida como tal — onde o humano intervinha pouco e o génio parecia começar e acabar no medium tecnológico. Para Baudelaire, a fotografia era o refúgio ideal para os pintores falhados. Um suporte para a estupidez humana. (Mendonça, 2019, p. 44).

Contudo, ele considerava que a fotografia tinha um papel importante como “espelho com memória”, como documento auxiliar de memória. Walter Benjamin tinha uma perspectiva

diferente da utilidade da técnica fotográfica, na sua obra *Pequena história da fotografia*, argumentando que o ato fotográfico deveria ser visto como uma ferramenta essencial para a reprodução de obras de arte ao invés de arte:

É significativo que o debate tenha inflamado especialmente quando o que estava em jogo era a estética da "fotografia enquanto arte", ao mesmo tempo que, por exemplo, quase não se deu uma olhada no facto social muito menos discutível da "arte como fotografia". E, no entanto, a reprodução fotográfica de obras de arte teve muito mais impacto na função da própria arte do que a configuração mais ou menos artística de uma fotografia, para a qual a experiência nada mais é do que o "furto da câmara". (Benjamin, 2008, p. 48).

Ao mesmo tempo, refere-se à fotografia como a melhor técnica de reprodutividade da arte, chegando ao ponto de se tornar melhor que o objeto artístico em si:

No entanto, o que está em jogo muda completamente se passarmos da fotografia como arte para a arte como fotografia. Qualquer um terá notado que uma pintura (mas principalmente uma escultura e até mesmo uma obra arquitetónica) se presta a ser capturada em uma foto muito melhor do que na realidade. É fácil cair na tentação de atribuí-lo simplesmente ao declínio da sensibilidade artística, a uma incapacidade de nossos contemporâneos. (Benjamin, 2008, p. 48).

Segundo Susan Sontag, em *Ensaio sobre fotografia*, alega que a fotografia só foi considerada arte assim que começaram a aparecer as primeiras câmaras acessíveis ao público, foi então que, o ato fotográfico se destacou como uma atividade social. A fotografia desprende-se da sua utilidade comercial, que só pertencia aos artesões e ganhou uma alegoria artística entre os entusiastas dos aparelhos fotográficos. Qualquer um que adquirisse uma câmara poderia fotografar tudo aquilo que estivesse diante da objetiva do artefacto:

Foi após algum tempo, que a fotografia foi finalmente considerada como arte. Assim o fotógrafo passou da consideração de artesão para ser artista. As primeiras câmaras, construídas em França e Inglaterra no início da década de 1840, apenas eram manuseadas pelos seus inventores e por grupos de entusiastas. Como não havia fotógrafos profissionais também não podiam existir amadores, e fotografar não tinha uma utilidade social evidente; era uma atividade gratuita, ou seja, artística, embora com poucas pretensões em se transformar em arte. Só com a sua industrialização é que a fotografia se assumiu como arte. A industrialização, ao estabelecer utilidades sociais

para as atividades do fotógrafo, provocou reações que reforçaram a autoconsciência da fotografia como arte. (Sontag, 2015, p. 16).

Após a fotografia ganhar a sua autenticidade como meio de expressão artístico, esta passa ambigualmente a ser utilizada e entendida de diversas maneiras. Para além de ser um meio documental, também é uma ferramenta ideal para a divulgação de imagens publicitárias. Gabriel Bauret, em *A fotografia: História, estilos, tendências, aplicações*, afirma que a fotografia se divide entre dois mundos de técnicas diferentes, que compreendem por um lado a vertente artística, e por outro a comercial, publicitária. Era de esperar que com o passar do tempo, a fotografia se considerasse um recurso acessível de difusão, não apenas no meio artístico, como suporte de reprodutividade, mas como propaganda:

A fotografia está hoje partilhada entre dois mundos, cujas fronteiras não são, aliás, totalmente intransponíveis, mas que são regidos por leis algo diferentes: o mundo da arte e o da encomenda. Por outras palavras: o mundo da expressão pessoal, herdeiro de um determinado número de tradições ligadas à história de pintura, mas que conhece também atualmente novos desenvolvimentos muito particulares, relacionados com os diferentes movimentos da arte contemporânea; e o mundo de aquilo a que poderíamos chamar a arte aplicada: publicidade, moda e ilustração. (...) À partida, as regras não são as mesmas em ambos os casos; mas não há qualquer motivo para que isso afete necessariamente o valor da criação. (Bauret, 2006, pp. 12-13).

Existem várias regras na técnica fotográfica para fins comerciais que se distinguem da fotografia como arte, estas técnicas foram desenvolvidas rigorosamente para servir a um estilo próprio aplicado à publicidade. Deste modo, o fotógrafo que cria a imagem publicitária, fica restringido das suas realizações artísticas, e, portanto, converte-se num obreiro implacável da técnica que opera, evitando qualquer falha que possa gerar descontentamento do seu superior, a agência de marketing para a qual trabalha:

Em seguida, diversos investigadores empenharam-se em desenvolver cientificamente o princípio de esta análise, numa perspetiva que não é só semiológica mas também sociológica e psicológica, constituindo uma forma de ciência aplicada à publicidade. (...) A publicidade é algo demasiado sério para ser confiado a um qualquer criador. Isto explica o facto de o fotógrafo, em muitos casos, se transformar num artesão anónimo e escrupuloso, num executante encarregado de materializar da maneira mais neutra possível, quer dizer, limitando as suas ambições e o seu gosto pela experiência, uma imagem concebida pelos "criativos" das agências; estes, por sua vez, operam segundo

as indicações dos "comerciais", atentos não só aos desejos dos seus clientes, mas também às características do mercado e à prática dos consumidores. (Bauret, 2006, p. 72).

No entanto, a distinção entre o fotógrafo publicitário e o artista fotógrafo, reside na capacidade de desenvolver uma técnica sensorial, “Se o fotógrafo publicitário "opera" em geral anonimamente, o "artista", visto que é assim que agora se lhe deve chamar, procura, ao contrário, desenvolver a sua personalidade e, simultaneamente, impor o seu nome.” (Bauret, 2006, p. 75).

Em suma, seja utilizada para fins comerciais ou artísticos, a fotografia considera-se um meio de reprodução, seja como cópia de uma obra de arte, imagem de divulgação publicitária ou conceito artístico. Tudo depende do âmbito/contexto para o qual a imagem concebida é aplicada.

2.3 A imagem da consciencialização

A arte de diversas utilidades, também pode facultar uma experiência de consciência. A imagem é uma grande ferramenta de divulgação e comunicação, ela influencia de forma direta no quotidiano das pessoas, nos âmbitos políticos da sociedade, no desenvolvimento tecnológico e científico e em outras áreas culturais. Através da fotografia temos também uma relação de consumo com os acontecimentos, tanto como os que fazem parte da nossa experiência como com os outros, e são os hábitos que esse consumismo inculca que torna vaga a distinção entre esse tipo de experiência. Uma outra forma de aquisição consiste em podermos, através das máquinas de produção e duplicação de imagens, obter informação, mais do que experiência. Susan Sontag, em *Ensaaios sobre fotografia*, refere que quando algo é fotografado torna-se parte de um sistema de informação, assim essa informação pode ser analisada com o intuito de dar a conhecer muito mais para além da imagem em si, uma realidade:

As fotografias não se limitam a redefinir os componentes da experiência quotidiana (pessoas, coisas, acontecimentos, tudo o que percebemos, se bem que de modo diferente e muitas vezes sem atenção, graças à visão natural) e acrescentar-lhe um largo conjunto de coisas que nunca chegamos a ver. É a própria realidade que é redefinida: como um objecto para exposição, como um registo para um exame minucioso, como um alvo para vigilância. (Sontag, 2015, p. 152).

3. Objetos de estudo

Na ambiguidade do valor de cada objeto, consoante a semiótica do utilizador, Baudrillard, em *O sistema dos objetos*, enuncia que:

Todo o objeto tem desta forma duas funções: uma que é a de ser utilizado, a outra a de ser possuído. A primeira depende do campo de totalização prática do mundo pelo indivíduo, a outra um empreendimento de totalização abstrata realizada pelo indivíduo sem a participação do mundo. Estas duas funções acham-se na razão inversa uma da outra. Em última instância, o objeto estritamente prático toma um estatuto social: é a máquina. Ao contrário, o objeto puro, privado de função ou abstraído de seu uso, toma um estatuto estritamente submetido: torna-se objeto de coleção. (Baudrillard, 1997, p. 94).

Os objetos escolhidos para constituir o projeto são objetos que pela sua utilidade fazem parte de um passado. As marcas de desgaste não são apenas consequências do seu uso, mas também da intempérie pela qual passaram. Uma cassete VHS, uma disquete, uma boneca, uma válvula, umas castanholas, uma luva e um sapato; são os objetos escolhidos para fazer parte desta série. Estes objetos foram escolhidos principalmente, não por uma representação estética, mas pela simbologia que carregam como imagem documental, são produtos que caíram em desuso, tornaram-se obsoletos, abandonados, mas não esquecidos.

3.1 *Habitat*²

Quando passamos por locais abandonados a maior parte de nós não lhes dá importância ou provocam uma certa repulsa, porque são espaços frios e vazios, no entanto, muitos deles quando explorados podem ser verdadeiros “cofres de tesouros”, principalmente para o fotógrafo que, gosta de se aventurar pelos despojos urbanos. Foi exactamente esse estímulo que foi sentido quando estes espaços foram encontrados, principalmente aqueles que não se encontraram em estado avançado de ruínas, e dos quais se conseguiu extrair os objectos de estudo. Este envolvimento de espaço/objecto resultou, a meu ver, em composições significantes em termos estéticos. É de apontar que, nenhuma das composições foi manipulada, os objetos foram

² Imagens em Apêndice I.

fotografados exatamente como foram encontrados. Assim, em muitas das fotografias que fazem parte do *habitat*, a imagem está enquadrada e enfocada especialmente no objeto de estudo que se destaca sob um fundo que lhe pertence, e que, o envolve como sendo o seu meio natural, o seu *habitat*.

3.2 Fotografia de estúdio

Para dissociar o objeto do seu *habitat*, era necessário submetê-lo à sua singularidade, para lhe dar a perspectiva visual que não teria se fosse descoberto no nosso caminho, pela rua. Era fundamental despir o objeto do seu estigma como lixo e, limpar a sua imagem com uma aparência mais limpa e alusiva. São estas as bases para uma boa imagem publicitária, tornar o produto atrativo, e foram esses os princípios utilizados para partir para a criação de uma nova aura em volta do objeto. Assim foi disposto um pequeno estúdio para a produção das imagens que dariam lugar ao produto final. O estúdio foi constituído por um cubo de luz, com fundo preto; duas *softbox* de luz contínua, como fonte de iluminação artificial; uma base em acrílico preto reflexiva; um tripé; uma câmara digital e um flash auxiliar. Apenas o essencial para a toma fotográfica dos objetos expostos. Os acertos finais de cor, luminosidade, sombras e limpeza de imperfeições indesejadas foram feitos na pós-produção — em suma, toda a magia da fotografia de estúdio —, com recurso a um programa de edição de imagem.

É sempre necessário ter em conta que:

As imagens publicitárias são cada vez mais o culminar de montagens assentes em tecnologias sofisticadas de registo fotográfico ou de laboratório, que reforçam o seu realismo ou, ao invés, acentuam o seu carácter fantástico. E se a fotografia por si só não consegue satisfazer as aspirações e o gosto de quem encomenda, utiliza-se então o computador para praticar especialmente as manipulações. Os efeitos produzidos por um trabalho sobre um ecrã acabarão por custar menos do que o aluguer do estúdio, do material e de toda a mão-de-obra geralmente associada ao registo fotográfico. (Baudrillard, 1997, p. 73).

3.3 Produto final³

A resultado final de todo o processo fotográfico, transforma o objeto em imagem, o conteúdo

³ Imagens em Apêndice II

icónico passa a estar associado à fotografia. O objeto já não está presente como material, mas materializa-se num outro suporte. Este suporte é agora, relembrando Benjamin, “uma foto muito melhor do que a realidade”, pois com a reprodutividade dos objetos, alcançou-se, assim, uma perspectiva que favorece esteticamente todos os aspetos que, a olho nu, o objeto não conseguiria exhibir.

Como referido anteriormente, considera-se que os objetos podem ter duas conotações diferentes, uma como produto de marketing e outra como obra de arte, assim, tendo-se em conta que a mesma imagem fotográfica pode fazer parte de ambos domínios, seja no mercado da arte como no mercado de produto, consoante a semiótica conferida pelo fotografo. Neste caso, apesar de as imagens parecerem feitas para uso publicitário, o facto de os objetos serem obsoletos do uso quotidiano — pertencem a outra época —, acabam por ter uma conotação documental. Mas, especialmente, como um conceito artístico contemporâneo, quando a imagem passa a estar ligada a um propósito expositivo como fator de critica social.

3.4 Contexto Expositivo⁴

Este projeto deu origem a uma apresentação expositora intitulada “*Lost and Found*” que para além de ter integrado as imagens patentes do projeto, contou com um mural de imagens aleatórias dos espaços que foram encontrados na fase inicial do projeto. Foram selecionadas seis imagens a cor dos objetos em estúdio, numa impressão com tamanho de 30x30 cm cada, e as respetivas seis imagens do local onde foram encontrados estavam reproduzidas a preto e branco. O mural de imagens aleatórias acrescentou à exposição um olhar mais amplo sobre o *habitat*, focalizando-o através da objetiva, espaços que facilmente passam despercebidos quando não se nos dispõem como uma atitude observadora, mas sim, como banalidades grosseiras do dia a dia.

Vivemos no tempo dos objetos. Numa sociedade consumista fabricamos, utilizamos e posteriormente eliminamos tudo o que perde a sua funcionalidade, aumentando assim a produção de resíduos. Adquirimos novos objetos e acumulamos outros, nos tornamos máximos no consumo, vivendo em uma selva na qual o novo homem selvagem condensa suas posturas em uma vegetação de vestígios.

Esses objetos encontrados nessas selvas não fazem parte de sua flora ou fauna, mas constituem seu próprio *habitat*, são objetos mutáveis que podem ganhar diferentes usos e significados,

⁴ Imagens em Apêndice III

podem ser subjetivamente e objetivamente modificados, ganham ou perdem valor dependendo de seu contexto de utilidade, apresentam vestígios de desgastes e cicatrizes nos locais onde foram encontrados que fazem parte das marcas de memórias inalteráveis desses objetos, que os tornam únicos e contam sua história.

O projeto está dividido em dois mundos mostrados ao espectador, o *habitat* onde o objeto se perdeu e posteriormente foi encontrado e fotografado em estúdio como uma nova peça, como produto final.

A exposição, inserida no *Panorama 20*, teve lugar de dia 23 a 25 de setembro de 2020, na Escola das Artes da Universidade Católica do Porto, num contexto de mostra de trabalhos dos alunos finalistas.

4. Considerações finais

Pegar numa característica da sociedade e transformá-la um contexto artístico foi cativante desde o primeiro momento em que pisei os primeiros objetos e ponderei atribuir-lhes um significado. A apropriação e tratamento visual destes objetos abandonados por alguém, como Isso Saamb enuncia, “se os deixarmos nos seus lugares, eles permanecerão nos seus lugares. Se não ajudarmos aquele objeto ali a se mudar de lugar, ele não o fará por si mesmo” (Saamb, 2010, p. 110). permite, não só mudar o lugar dos objetos, como também a sua natureza empírica e o seu valor estético.

É de realçar que de todo o processo fotográfico aquele que talvez tenha sido mais complicado foi o acesso aos espaços abandonados, em parte porque a maior parte dos locais se encontram em estado avançado de deterioração, e que, o mais pequeno passo em falso pode acabar em infelicidade. Também é importante reter que nunca se deve empreender numa aventura sem acompanhante, pela busca de locais abandonados e desconhecidos, com a eventualidade de encontrar pessoas errantes. E por fim, é dececionante ver que, muitos dos lugares abandonados que ainda possuem alguma estrutura arquitetónica e conteúdo histórico, são frequentemente vandalizados e saqueados. É talvez por isso que, quem é aficionado ao urbex — do inglês “Urban Exploration”, exploração urbana —, não costume divulgar as localizações dos espaços que visita.

Em suma, a realização deste projeto acrescentou muitas das noções que desconhecia sobre as diferentes vertentes artísticas inseridas na vanguarda, e permitiu-me refletir sobre as semelhanças e as diferenças entre as utilidades de um objeto comum — dependendo da semiótica do observador —, assim como, compreender a semelhança no âmbito comercial entre o objeto quotidiano e o objeto artístico.

Bibliografia e outras referências

- Baudrillard, Jean. (1997). *O sistema dos objectos*. Editora Perspectiva. São Paulo.
- Baudrillard, Jean. (2008). *A sociedade de consumo*. Edições 70, Lda. Lisboa.
- Bauret, Gabriel. (2006). *A Fotografia: História, estilos, tendências, aplicações*. Edições 70. Lisboa.
- Benjamin, Walter. (2008). *Sobre la fotografia*. Pre-textos. Valencia.
- Berger, John. (2018). *Modos de ver*. Antígona. Lisboa.
- Didi-Huberman, G. (2011). *O que nós vemos, o que nos olha*. Dafne Editora. Porto.
- Dorfles, Gillo. (1989). *As oscilações do gosto: A arte de hoje entre a tecnocracia e o consumismo*. Livros horizonte, Lda. Lisboa.
- Galbraith, John Kenneth. (1984). *A sociedade da abundância*. Publicações Europa-América. Lisboa.
- Halbwachs, Maurice. (1925) *Space and the collective Memory*. Em: Ian Farr (2012) *Memory, Documents of Contemporary Art*. Whitechapel Gallery. London.
- Hunter, Fil; Biver, Steven; Fuqua, Paul. (2015). *La luz: ciencia y magia*. Ediciones Anaya Multimedia. Madrid.
- Manacorda, Francesco. (2005). *Energia = material + conceito: A intangível formula da arte povera*. Em: *Arte povera na colecção Berardo*. Centro das Artes Casa das Mudas. Calheta.
- Melo, Alexandre. (2012). *Sistema da arte contemporânea*. Documenta. Lisboa
- Mendonça, Luís. (2019). *História da fotografia, ao encontro das imagens*. Edições Colibri. Lisboa.
- Nogueira, Isabel. (2019). *Teorias da arte. Do modernismo à actualidade*. BookBuilders. Silveira.
- Ortega y Gasset, José. (2018). *A desumanização da arte*. Nova Vega. Lisboa
- Pinto *et al.* (2006). *História da arte ocidental e portuguesa, das origens ao final do século XX*. Porto Editora, Lda. Porto
- Ribeiro, Raquel Barbosa. (2010). *Sociologia do consumo: Aplicada ao marketing e à comunicação*. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Lisboa.
- Samb, Issa. (2010) *How to make objects talk*. Em: Ian Farr (2012) *Memory, Documents of Contemporary Art*. Whitechapel Gallery. London.

- Santos, Mário Beja. (2008). *Consumo, logo existo*. Pena Longa Editores. Lisboa.
- Santos, Mário Beja. (2007). *Mitologias do consumo actual*. Apenas livros. Lisboa
- Sanz, Martí. (2019). *Aprende a fotografar produtos como un professional*. Editorial Gustavo Gili, SL. Barcelona.
- Sontag, Susan. (2015). *Ensaio sobre fotografia*. Quetzal Editores. Lisboa.
- Vázquez, Rosa Isabel. (2018). *El proyecto fotográfico personal*. JdeJ Editores. Madrid.

APÊNDICE I

Levantamento fotográfico do *habitat*











APÊNDICE II

Produto final

















APÊNDICE III

Contexto expositivo



ANEXO I

Referências artísticas na fotografia



Arne Svenson & Ron Warren. (2011). *Chewed* series.

Fonte: <http://passepartout.olivianita.com/wp-content/uploads/2015/02/8.jpg> (20.07.2020)



Claus Goedicke. (2008). *Some Things* series.

Fonte: <http://photography-now.com/institution/artist/sage-paris/claus-goedicke> (20.07.2020)



Davide Monteleone. (2018). *Harraga's traces in Lampedusa series*.

Fonte: <https://www.agencevu.com/stories/index.php?id=1834&p=338#&gid=1&pid=12> (20.07.2020)



Gideon Mendel. (2016). *Dzhangal series*.

Fonte: <http://gideonmendel.com/dzhangal/> (20.07.2020)



Jean-Robert Dantou. (2014). *Objets sous contrainte* series.

Fonte: <https://loeildelaphotographie.com/en/jean-robot-dantou-the-walls-dont-speak/> (20.07.2020)



Michael Wolf. (2019). *Lost Laundry* series.

Fonte: <https://www.lensculture.com/articles/michael-wolf-hong-kong-trilogy> (20.07.2020)



Michael Wolf. (2002). *Bastard chairs* series.

Fonte: <https://www.readingdesign.org/informal-arrangements/21> (20.07.2020)



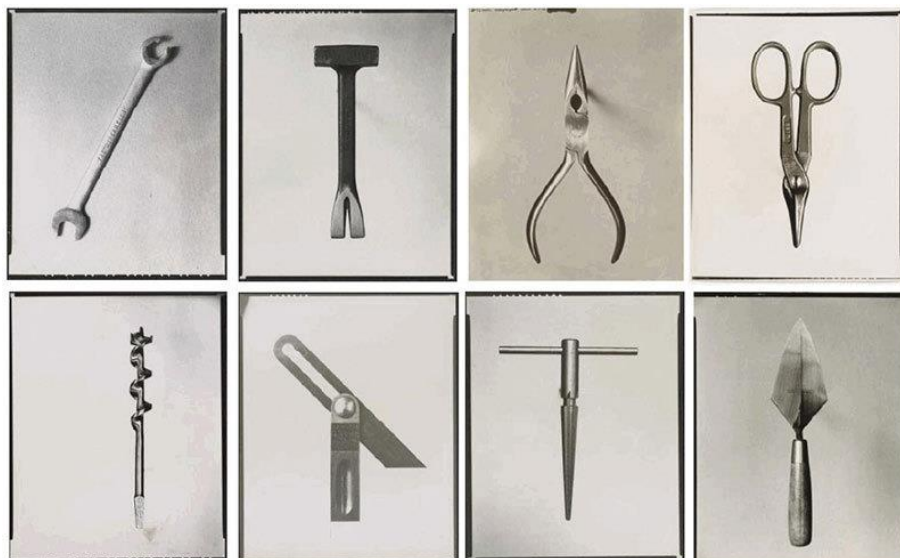
Quentin Bertoux. (2000). *Duos* series.

Fonte: <https://www.agencevu.com/stories/index.php?id=609&p=198#&gid=1&pid=10> (20.07.2020)



Raphaël Neal. (2016). *Rescapee e Les Nouveaux vestiges* series.

Fonte: <http://www.rafaelneal.com/rescapee/2jbb1qzosi4wfx4ubenwuf39t5obiy> (20.07.2020)



Walker Evans. (1955). *Beauties of the Common Tool* series.

Fonte: <https://fotoform.co/walker-evans-beauties-of-the-common-tool#gallery-10> (20.07.2020)