

Diário de um Suicida¹

Raquel CAMPOS²

Fernando da CUNHA³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Este artigo visa apresentar a defesa criativa do conceito e produção do ensaio fotográfico artístico realizado por uma aluna do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará - UFC, concorrente à Expocom Nordeste 2015. Na disciplina de Fotografia de Moda, fora lançado um trabalho que consistia na realização de um ensaio fotográfico com tema livre, com o objetivo de avaliar as habilidades dos alunos em relação a criar uma narrativa a partir de imagens, seguindo um conceito e uma temática. Deste trabalho, surge o ensaio fotográfico Ensaio de um Suicida, que aborda temas atuais como consumismo, redes sociais, identidade e suicídio.

PALAVRAS-CHAVE: suicídio; *selfie*; consumismo; identidade, fotografia artística.

1 INTRODUÇÃO

O diário de um suicida é um ensaio fotográfico cujo conceito parte do fetichismo da mercadoria, de Marx, e do Suicídio, de Durkheim. No fetichismo da mercadoria, a mercadoria ganha, na sociedade, um valor muito diferenciado e, por isso, as relações sociais passam a ser construídas a partir do consumo.

“É evidente que a atividade do homem transforma as matérias que a natureza fornece de modo a torná-las úteis. Por exemplo, a forma da madeira é alterada, ao fazer-se dela uma mesa. Contudo, a mesa continua a ser madeira, algo vulgar, material. Mas a partir do momento em que surge como mercadoria, as coisas mudam completamente de figura: transforma-se numa coisa a um tempo palpável e impalpável. Não se limita a ter os pés no chão; face a todas as outras mercadorias, apresenta-se, por assim dizer, de cabeça para baixo, e da sua cabeça de madeira saem caprichos mais fantásticos do que se ela começasse a dançar.” (MARX, 1887, p.46)

Essa realidade faz com que as pessoas passem a se vestir com roupas que “reflitam” suas personalidades; passem a consumir determinados objetos, frequentar determinados lugares para pertencer a determinados grupos.

“ Os consumidores ocupavam agora um mundo preenchido por bens que carregavam mensagens. [...] Em suma, cada vez mais o comportamento social convertia-se em consumo e o indivíduo era mais e mais subordinado a um papel de consumidor.” (MCCRACKEN, 2003, p.22)

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Ensaio fotográfico.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: raquelamapos@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Design de Moda, email: fernandomaiadacunha@gmail.com

A partir dessa necessidade de consumo para gerar, ao mesmo tempo, uma diferenciação e uma integração a um determinado grupo social, começamos a analisar diversos fenômenos e experimentações que vão sendo aderidos pelos indivíduos como uma forma de reforçar essa conexão social como, por exemplo, as “*selfies*”, um experimento onde as pessoas tentam reforçar o que são através de auto-retratos. Através delas, essas pessoas registram e publicam nas redes sociais onde frequentam, o que vestem, o que comem, que objetos possuem e, a partir disso, reforçam uma construção de identidade.

“A atividade de consumir pode ser considerada um caminho vital e necessário para o autoconhecimento, ao mesmo tempo em que o mercado começa a se tornar indispensável para o processo de descoberta de quem realmente somos.” (BARBOSA, CAMBELL, 2006, p.52)

Quando todas essas tentativas de integração social a partir do consumo não são suficientes para que a pessoa se sinta plena, ou parte da sociedade, pode ocorrer de esse fato vir a ser um dos fatores que geram o afrouxamento dos laços sociais que, segundo Durkheim, leva ao suicídio.

“O suicídio varia na razão inversa do grau de integração dos grupos sociais de que o indivíduo faz parte.” (DURKHEIM, 1897, p.206)

O Diário de um Suicida mostrar a última tentativa de um indivíduo de manter a sua conexão social, através do registro do seu suicídio a partir de *selfies*. Ao mesmo tempo em que existe a vontade do desligamento da vida, há também a última tentativa de reforçar seus laços sociais.

2 OBJETIVO

Analisar, a partir do estudo de diversos pesquisadores e cientistas, simbologias de hábitos contemporâneos, como a *selfie* e o ato de escolha dos produtos a serem consumidos buscando perceber suas relações com a formação da identidade pessoal; refletir sobre as consequências da desenfreada e inconsciente atividade de consumo na sociedade contemporânea; questionar os novos hábitos de integração do indivíduo à sociedade, tratando de um tema forte, o suicídio, com uma abordagem diferente das comumente vistas em ensaios fotográficos que abordam o tema; realizar um ensaio fotográfico que possua uma narrativa e abordar o tema consumo e suicídio mantendo uma estética conceitual, muito exigida na área da moda.

3 JUSTIFICATIVA

A relação entre consumo e diferenciação social/ideológica pode ser percebida desde sociedades antigas. Na sociedade moderna, após o barateamento dos produtos gerado pela produção em massa, passou a existir um maior acesso ao consumo por variadas classes sociais, fazendo com o que o poder de compra de determinados produtos e serviços não pertencesse apenas aos mais ricos.

“As classes subordinadas, que no século XVI podiam apenas observar com uma fascinação horrorizada como a nobreza cultivava uma nova escala e novos gostos em seu consumo, agora podiam se tornar participantes neste consumo.” (MCCRACKEN, 2003, p.37)

Por outro lado, a intensidade do consumo aumentou muito. A ideia de vestir, comer, usufruir de determinado serviço para a afirmação de uma identidade acaba por se intensificar após essa facilitação industrial para o ato de consumo. O problema é que a proporção que o consumo ganhou nessa sociedade de consumo é tão grande que chega ao ponto de parecer que as pessoas se mostram totalmente dispostas a dedicar uma vida inteira à obtenção de bens que reafirmem sua identidade, sua personalidade e lhes proporcionem a sensação de felicidade, tal qual vendida pela publicidade. A partir disso, percebe-se a necessidade de uma discussão em torno da temática, de uma tomada de consciência em relação a esses fatos cotidianos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O ensaio teve início com a leitura de Marx, Duckheim. Posteriormente, a pesquisa sobre a sociedade de consumo se fez necessária para a criação de uma relação entre Fetiche da Mercadoria e o Suicídio e, assim, foi sendo construída uma reflexão que levou ao ensaio Diário de um Suicida.

Tendo o afogamento como a forma de suicídio escolhida, a autora teve necessidade de escolher um equipamento que fosse resistente à água. A inacessibilidade a equipamentos mais eficientes, como a caixa de estanque para DSLR, por motivos financeiros, levaram à escolha da GoPro Hero3+: o equipamento possui uma caixa de estanque, que permite o trabalho debaixo d'água e possui uma lente grande angular, o que permite a simulação da distorção que se faz presente nas *selfies* por causa da distância entre equipamentos celulares e rostos e por causa das câmeras angulares desses aparelhos. A dificuldade de se trabalhar com uma GoPro é que trabalha-se com um dispositivo automático, logo, tem-se que buscar posicionamentos estratégicos para que haja a manipulação da luz, mesmo que não seja pelo controle direto do obturador e diafragma, objetivando um resultado estético, que são presentes nas *selfies*. Outro desafio encontrado pela autora por trabalhar com um dispositivo automático foi não gerar imagens redundantes.

“A imaginação do aparelho é praticamente infinita. A imaginação do fotógrafo, por maior que seja, está inscrita nessa enorme imaginação do aparelho. Aqui está precisamente o desafio. Há regiões na imaginação do aparelho que são relativamente bem exploradas. Em tais regiões, é sempre possível fazer novas fotografias: porém, embora nova, são redundantes. Outras regiões são quase inexploradas. O fotógrafo nelas navega, regiões nunca dantes navegadas, para produzir imagens jamais vistas. Imagens “informativas”. O fotógrafo caça, a fim de descobrir visões até então jamais percebidas. E quer descobri-las no interior do aparelho.”
(FLUSSER, 2001, p.47)

Para isso, foram feitos testes com o dispositivo, para que se conhecesse sua medida de luz e o que a câmera enxergava como prioridade de medida da luz, visando sucesso na realização, por exemplo, do contraluz presente em algumas das imagens do ensaio.

As fotos foram imaginadas e planejadas pela autora previamente. O repasse do conceito, das poses e da atmosfera do trabalho fora repassado, também previamente, para a modelo, para a realização de um trabalho consciente.

O posicionamento do sol foi observado no dia anterior ao da execução da foto, para que houvesse conhecimento do horário exato ideal para que a iluminação subaquática desejada fosse atingida sem o uso de equipamentos de iluminação, que eram financeiramente inviáveis.

A direção da autora em relação à modelo teve início no processo de repasse da proposta do ensaio fotográfico.

No dia da realização das imagens, foram feitas algumas fotos fora d'água, com algumas músicas que ajudaram na concentração da modelo. Após perceber que a modelo estava centrada na personagem, que desejava cometer suicídio, mas ainda possuía uma necessidade de comunicação com outros seres sociais; ela fora dirigida para dentro da água. Houve submersão da modelo e da fotógrafa.

Houve a preocupação com as expressões, enquadramento, luz e com a quantidade de bolhas presentes na imagem. As bolhas são essenciais no processo criativo desse ensaio fotográfico, uma vez que a quantidade delas presente na imagem, determina o estágio do processo de suicídio em que se encontra a personagem.

As imagens resultantes são simulações de *selfies*, clicadas pela autora, que dirigia a modelo em relação ao posicionamento dos braços para que fossem construídas as simulações.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Diário de um Suicida é um ensaio fotográfico que retrata uma mulher, que, por não conseguir se sentir parte de um grupo social, sente que não existe mais um sentido em permanecer viva. O ensaio apresenta o processo de suicídio, por afogamento, retratado por *selfies*. As *selfies* representam um reflexo da sociedade de consumo e a necessidade, mesmo ao matar-se, do exibicionismo; o que representa a última tentativa de criar um laço, mesmo que pós-morte, com a sociedade.

A roupa branca e sem detalhes traz uma ideia de tentativa de purificação da personagem e cria um paradoxo com a *selfie* e a ideia do consumo. Como se a personagem percebesse que ela não se preenchia com os bens materiais consumidos, quando, ainda assim, continuava vítima da necessidade de autoafirmação perante o outro.

6 CONSIDERAÇÕES

O que é ou não verdade, o que é ou não real? Questionamentos como esse surgem cotidianamente em conversas sobre religião, política, história e também fotografia. A religião é uma forma de expressar sua espiritualidade, sua crença em algo metafísico; a política e a história e suas relações de verdade viram um forte embate quando o assunto é, por exemplo, ditadura militar. A fotografia também é parte deste embate de relação de verdade. Atréada ao viés da pintura, que buscava a relação mais próxima possível com o real, a fotografia surgiu em um contexto de explicitação do que se passava em um determinado momento. Registro, fidelidade. A verdade é que nos retratos de álbum de família mais antigos, já se percebia o “eu imaginado” (DE PAULA.2010) sendo construído, ou seja, uma forma de manipulação, de criação, através da fotografia.

A liberdade de se expressar através da fotografia, de criar possibilidades, questionar, supor é fascinante. O desprendimento do fato real e construção de uma relação com o possível é uma das características que mais enriquece o trabalho artístico na fotografia. O Diário de um Suicida é uma reflexão que mergulha ao extremo da desconexão social gerada pelo consumo. E é esse extremo que traz a sua diferenciação.

Fotografar é mais do que ver. Fotografar é pensar, construir, fazer ver.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006.

DE PAULA, S. **Culturas de visão**: Bandeira e a construção do 'eu' imaginado. Compós, 2010.

DURKHEIM, E. **O suicídio**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta**. . São Paulo: Annablume, 2001.

HAUG, W.; PASCHOAL, E. **Crítica da estética da mercadoria**. Sao Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

MARX, K. **Capital**. Londres: Lawrence & Wishart, 1887.

MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Tradução. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

QUINTANEIRO, T. **Um toque de clássicos**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.