

## ***Broken dreams: lugares, objetos e gestos do sonho americano despedaçado na série fotográfica Hustlers***

Broken dreams: places, objects and gestures of the broken American dream in  
the photographic series *Hustlers*

Thiago Rizan<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo propõe uma cartografia de imagens da série fotográfica *Hustlers*, do estadunidense Philip-Lorca diCorcia, compreendendo-a como pista para uma sensibilidade gay localizada no espaço-tempo do Ocidente do século XX. A análise se baseia nas 65 fotografias publicadas no livro homônimo e tem a cartografia de imagens como um caminho teórico-metodológico que investiga a dimensão invisível dos afetos que emergem nos encontros entre humanos e imagens. Para sustentar a proposta, a argumentação foi articulada em três eixos reflexivos: a) a sedução das imagens do consumo, b) o fracasso neoliberal do sonho americano e c) a experiência da pós-modernidade. Tais núcleos foram organizados a partir de elementos atratores nas imagens, a saber, os lugares, os objetos e os gestos identificados nas fotografias. A cartografia desses elementos visuais revela uma tensão entre a promessa e o esfacelamento do fracasso por aqueles que sonharam o sonho americano.

**Palavras-chave:** Comunicação e consumo; Fotografia; Cartografia de imagens; Philip-Lorca diCorcia.

**Abstract:** This article proposes a cartography of images from American photographer Philip-Lorca diCorcia's photo series *Hustlers*. It understands the work as a key to a gay sensibility located in the space and time of the 20th-century West. The analysis is based on the 65 photographs published in the book of the same name and uses cartography of images as a theoretical-methodological approach to investigate the invisible dimension of affects that emerge in the encounters between humans and images. To support this proposal, the argument is structured around three reflective axes: a) the seduction of consumer images, b) the neoliberal failure of the American dream, and c) the experience of postmodernity. These core themes were organized based on attractor elements within the images, namely the places, objects, and gestures identified in the photographs. The cartography of these visual elements reveals a tension between the promise of the American dream and the brokenness and failure experienced by those who dreamed it.

**Keywords:** Communication and consumption; Photography; Cartography of images; Philip-Lorca diCorcia.

### **Introdução**

Neste artigo, objetivamos refletir criticamente sobre a série fotográfica *Hustlers*, do estadunidense Philip-Lorca diCorcia (nascido em Hartford, Connecticut, em 1953), à luz artificial e hipnotizante de três núcleos reflexivos: a) a sedução das imagens do consumo, b) o fracasso neoliberal do sonho americano e c) a experiência da pós-modernidade. Tais núcleos foram organizados metodologicamente a partir dos *lugares, objetos e gestos* identificados nas fotografias. A orientação metodológica é a cartografia aplicada à pesquisa com imagens tal como a temos trabalhado nos últimos anos, ou seja, concebida como um caminho teórico-

<sup>1</sup> Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Brasil. E-mail: thiago.rizan@gmail.com.

metodológico “favorável a reconhecer a dimensão invisível dos afetos que emergem dos encontros entre humanos e imagens” (Santos, 2022).

A fim de contextualização do *corpus*, compartilha-se que, entre 1990 e 1992, diCorcia, financiado por uma bolsa da National Endowment for the Arts, realizou diversas viagens para Los Angeles a fim de fotografar garotos de programa (*hustlers*, em inglês) nos arredores de Santa Monica Boulevard, próximo ao bairro Hollywood. Ele chegou a sofrer uma acusação de mau uso de dinheiro público porque pagava o valor equivalente ao programa para os garotos posarem para ele. Entre 15 de abril e 06 de julho de 1993, teve 21 de suas fotografias exibidas no Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA) em sua primeira exposição solo, intitulada *Strangers*. Vinte anos depois, a série inteira foi publicada no livro *Hustlers* e descrita em sua sinopse como um “empático e melancólico poema do sonho hollywoodiano que deu errado”. É a partir das 65 fotografias publicadas nesse livro que se realiza a cartografia proposta aqui.

Em seu estudo sobre a cartografia, Nísia Martins do Rosário (2016, p. 192-193) afirma que ela ainda é recente e incipiente no campo da Comunicação, mas condizente com o compromisso de fazer uma ciência “singularizante, díspar e construída sobre a multiplicidade”, que aborde temáticas diferenciadas e “objetos incomuns”. Jesus Martín-Barbero (2004, p. 18), por sua vez, escreveu que “os tempos não estão para síntese, e são muitas as zonas da realidade cotidiana que estão ainda por explorar, zonas em cuja exploração não podemos avançar senão apalpando”. Entendemos que a cartografia emerge justamente como uma possibilidade para avançar por essas zonas – apalpando, cartografando.

Ainda que discreto o uso da cartografia por pesquisadores no campo da Comunicação, considera-se que há potencial para pesquisas da área que sejam orientadas pelas perguntas, mais do que pelas afirmações; pelas dúvidas, mais do que pelas certezas. Do mesmo modo, aos estudos da imagem, pode vir a contribuir nas investigações das relações invisíveis e afetuais entre corpos humanos e imagéticos. Se, conforme disse W. J. T. Mitchell (2009), o que as imagens querem de nós é serem beijadas, talvez precisemos de métodos que não só reconheçam como permitam investigar esse beijo e o que ele nos provoca (Santos, 2002, p. 17).

Uma análise que contemple a relação entre humanos e imagens em sua dimensão invisível e afetual precisa reconhecer e se interessar pelo fazer sentir das imagens. Essa proposta é fundamentada em Hans Ulrich Gumbrecht (2010) e Susan Sontag (1987). De modo muito próximo à crítica de Sontag (1987), que escreve um livro chamado *Contra a interpretação*, Gumbrecht (2010) também critica o método da interpretação. Ambos estão interessados no *fazer sentir do mundo*, mais do que nos sentidos a ele atribuídos. Querem se expor e lidar com

experiências estéticas fora do âmbito da linguagem. Sujar as mãos nas camadas que não são as do sentido (Gumbrecht, 2010). Face o embotamento sensorial da hermenêutica, uma erótica da experiência (Sontag, 1987).

Nenhuma cartografia é igual à outra, uma vez que o objeto investigado é que orienta esse método e, como tal, diferentes recursos são mobilizados para dar conta das demandas, por vezes geniosas, do objeto (Santos, 2022). O cartógrafo de imagens cria mundos – teoriza – a partir de filmes, livros, músicas, conversas, sonhos, delírios, medos, amores, brigas, dores, alegrias. Porque cartografar imagens não envolve uma preocupação com “falso-ou-verdadeiro”, “teórico-ou-empírico”. O interesse do cartógrafo é com o que é “vitalizante-ou-destrutivo”, “ativo-ou-reativo”: sua bússola é a vida (Rolnik, 2006). E para permitir que ela vibre em sua potência máxima, ele construirá “pontes de linguagem” a fim de dar passagem àquilo que, devido a sua singularidade, ainda não tem nome. Uma pesquisa-viagem por entre e com imagens se propõe a construir algumas delas, pois, junto a Suely Rolnik (2006, p. 66), entende-se a linguagem como “tapete voador” e, em si mesma, “criação de mundos”, capaz de construir pontes sensíveis entre ciência e arte (Santos, 2022).

Neste artigo, a cartografia das imagens do livro *Hustlers* é organizada em composições instáveis e provisórias a partir de três elementos condutores – *lugares, objetos e gestos* – para abordar os três núcleos reflexivos já elencados: a sedução das imagens do consumo, o fracasso neoliberal do sonho americano e a experiência da pós-modernidade. Esses elementos condutores que guiam o olhar na combinação (sempre arbitrária, mas nunca aleatória) das imagens podem ser pensados como os “atratores” de Massimo Canevacci (2008, p. 20): “fragmentos simbólicos” que interrompem o fluxo incessante do consumo contemporâneo de imagens e anulam temporariamente “o movimento do olho exercendo um poder que une o olhar e a coisa”, “uma espécie de coeficiente atrativo do olhar, intrinsecamente volúvel e mutável extremamente fetichista”.

## 2 Sedução das imagens do consumo

Neste núcleo reflexivo, refletimos sobre os lugares, objetos e gestos no contexto do que Isleide Fontenelle (2017) chama de “cultura do consumo”. Nas imagens de diCorcia, identificam-se espaços tradicionais do imaginário de consumo norte-americano: as lanchonetes e seus fast food, os supermercados com sua profusão de marcas e os postos de gasolina que abastecem automóveis reluzentes (Figura 1).

**Figura 1 – Lugares do consumo**



Fonte: diCorcia (2013).

“Não é por acaso que é nos Estados Unidos que Raymond Williams encontra a origem moderna da palavra ‘consumidor’”, afirma Fontenelle (2017, p. 22; p. 17), para quem a cultura do consumo é “impregnada da forma-mercadoria e que, por isso, tornou-se um modo de vida que foi ressignificando os usos dos objetos”. É uma cultura, segundo a autora, na qual a fantasia da mercadoria é mais importante que seu uso. Tanto que, em *Hustlers*, vemos uma profusão de objetos que materializam tal cultura: automóveis, rádios, revistas, televisões, telefones, fast food, máquinas de refrigerante (Figura 2).

**Figura 2 – Objetos e gestos do consumo**





Fonte: diCorcia (2013).

Tais espaços e objetos contribuem para redefinir todo um modo de vida guiado pelo consumo, redefinindo também “os hábitos, valores, desejos, paixões e ilusões de uma época” (Fontenelle, 2017, p. 17). Esses elementos da vida cotidiana estão espelhados em *Hustlers* à maneira de diCorcia: os garotos assistem à TV, ouvem rádio e leem revistas sem, de fato, com esses objetos se relacionarem. O olhar desvia da TV, está acima das páginas da revista que segura nas mãos. O rádio toca sem ninguém por perto para ouvir (Figura 2). São olhares desvinculados.

Embora não seja exclusividade dos Estados Unidos, Fontenelle (2017) é taxativa ao apontar que foi em solo estadunidense que a cultura do consumo se consolidou e de onde se espalhou para o restante do mundo, tornando-se mundial e sinônimo do *American way of life*. Um processo que se deu pela difusão de imagens, principalmente por meio do cinema e da televisão. Em sua pesquisa sobre a produção, circulação e consumo de imagens do *American way of life* no cinema norte-americano nos anos 1950, Paulo Roberto Ferreira da Cunha (2017, p. 16) descreve o “modelo americano de viver” como aquele

em que as casas não possuíam muros e que dispunham de diversos aparelhos eletrodomésticos para a maior comodidade de seus moradores; que disponibilizava para a sociedade cerca de duas mil instituições de Ensino Superior; em que, à época, 90% das residências já contavam com televisores (mostrando-se exuberante na exibição de filmes e reportagens) e com o mercado editorial interno aquecido [...].

Esse imaginário que se construía do “sonho americano” (Cunha, 2017, p. 16), materializado em lugares e objetos de consumo como os identificados em *Hustlers*, tinha um lastro econômico-social e servia a intenções propagandísticas. Acontece que todo esse arsenal constituído por meios de comunicação de massa (programas de TV, filmes, músicas, jornais, revistas e livros) objetivava propagar o sucesso de um Estados Unidos recuperado economicamente da crise financeira de 1929 e vitorioso politicamente na Segunda Guerra Mundial. Logo, “tanto era uma estratégia econômica como uma projeção positiva de uma vida

invejável em um mundo destruído e onde faltava esperança e visão de futuro” como “uma referência de justiça, de segurança, de democracia” (Cunha, 2017, p. 42). Em sua empreitada de historicizar os Estados Unidos desde 1865, Pierre Melandri (2006, p. 147 *apud* Cunha, 2017, p. 47) afirma que “no período 1945-1960, [...] todo mundo ‘ocidental’ [olhava] com inveja o *American way of life* cujo conforto e abundância [concretizariam] o sucesso da experiência nacional”.

Em busca desse conforto e abundância, os garotos de diCorcia representam a busca pelo sonho americano, cujas benesses materiais e simbólicas seriam alcançadas por meio de uma lógica de trabalho igualmente propagada, a da “razão neoliberal”, como chama Wendy Brown (2019), na qual você chegaria às estrelas se merecesse. Sobre o entrelaçamento dessa racionalidade e o consumo do sonho americano, discutir-se-á na seção seguinte, mais especificamente sobre o outro lado da moeda do sucesso neoliberal, o fracasso.

### 3 Fracasso neoliberal do sonho americano

O segundo eixo reflexivo, o fracasso neoliberal do sonho americano, se dá a ver pelos lugares onde são fotografados os garotos de diCorcia, os motéis e as ruas em suas variações decadentes: os motéis baratos e as calçadas, sarjetas e becos. Historicizando os motéis na América, John A. Jakle, Keith A. Scuelle e Jefferson S. Rogers (1999) destacam a força cultural e simbólica desse espaço para a vida americana moderna e urbana, radicalmente transformada pela popularização do automóvel no século XX e suas criações colaterais, como o viajante de carro; as autoestradas e rodovias interestaduais; e a tríade dos serviços de beira de estrada (restaurantes de fast-food, postos de gasolina e, é claro, motéis).

“No motel, os americanos conseguem se ver claramente refletidos” e pensar sobre “quem fomos, quem somos e em quem estamos nos transformando como nação”, dizem Jakle, Scuelle e Rogers (1999, p. 7-8), eles mesmos americanos. Concordando com os pesquisadores de que as histórias dos motéis são centrais para a experiência americana, perguntamo-nos quais histórias as imagens em motéis de diCorcia estão contando?

Alguns atratores nas fotografias permitem pensar em uma atmosfera decadente e barata desses motéis. Toma-se emprestada a noção de decadência da leitura sensível que Denilson Lopes (1999) faz de romances e filmes brasileiros do século XX para analisar a perda do poder das elites mineiras. Ainda que os objetos sobre os quais o autor se debruce sejam muito distantes da série fotográfica aqui mobilizada, a concepção dele sobre um poder desmantelado é cara



para considerar a ambientação dos fotografados. O próprio diCorcia (2003, p. 67) descreve os lugares escolhidos para fotografar como “quartos de motéis baratos” e outros exemplares de “imóveis locais negligenciados”, desde estacionamentos de restaurantes de fast food a galpões de armazenamento.

Jakle, Scuelle e Rogers (1999) fazem referência a colchões esburacados e máquinas de gelo quebradas, lâmpadas queimadas e pequeninas barras de sabonete, toalhas sujas e piscinas vazias. Em *Hustlers*, o motel que outrora simbolizou o sucesso do automóvel está preenchido por texturas de roupas de cama que pinicam, móveis duvidosos, papéis de parede questionáveis, cortinas empoeiradas, decoração barata, entediantes e impessoais tons de bege e abajures derrubados (Figura 3).

**Figura 3** – Lugares e objetos do fracasso: motéis baratos



**Fonte:** diCorcia (2013).

Tal como os motéis baratos, também servem de locação para as fotos calçadas, sarjetas e becos. Na Figura 4, da esquerda para direita, vê-se Major Tom<sup>2</sup> jogado na calçada da fama. David Hostein observa atento o céu, à espera de algo, enquanto se senta na sarjeta em frente a um carro destruído. Enquanto Robert “Sparky Anderson é retratado encostado em um muro como à espera de um cliente, Mike Vincetti pede carona em uma rua deserta da metrópole onde só restam os rastros do farol de carros em alta velocidade, que ignoram seu pedido.

<sup>2</sup> Os nomes dos fotografados fazem parte das legendas das fotos e são apresentadas no livro *Hustlers*.

**Figura 4** – Lugares e objetos do fracasso: calçadas, sarjetas e becos



**Fonte:** diCorcia (2013).

Em uma crítica da modernização das ruas, Marshall Berman (2007) relembra como elas se tornaram espaços de divisão em uma segunda fase da modernização no século XX. Enquanto a primeira, ainda no século XIX, fez da rua um lugar dos encontros e dos choques pelos quais Charles Baudelaire e Walter Benjamin se encantaram, a “modernolatria” de Le Corbusier – e seu brado de “precisamos matar a rua!” – exaltou uma setorização espacial e social, onde cada coisa teria seu devido lugar: “pessoas aqui, tráfego ali; trabalho aqui, moradias acolá; ricos aqui, pobres lá adiante; no meio, barreiras de grama e concreto” (Berman, 2007, p. 200).

Os garotos de diCorcia parecem desorganizar a urbanização proposta. Eles dividem espaço com os automóveis e seus corpos, por vezes jogados na calçada, sentados na sarjeta, pedindo carona, embaralham as distinções entre o que é corpo-humano e o que é corpo-objeto. diCorcia (2013, p. 67) assume, de forma talvez datada e achatada do trabalho sexual, que seus fotografados se colocam no mundo como um produto a ser consumido em uma cidade que “vende fantasia, violência e sexo”.

Fato é que nas ruas, eles trabalham e vendem uma experiência sexual a partir de seus corpos, desdenhando da espacialização moderna sobre quais lugares são para trabalhar e para morar. Em meio aos automóveis, ignoram a síntese de Berman (2007) de “pessoas aqui, tráfego ali”. São os “vagabundos” de Zygmunt Bauman (1998, p. 117), “luas escuras que refletem o brilho de sóis brilhantes”. Essa é a metáfora do autor para aqueles que, na pós-modernidade,



não se podem deter em um lugar pois não são bem-vindos e, por isso, as ruas enquanto lugares de trânsito são tão afins. A imagem do vagabundo de Bauman (1998, p. 119) se sobrepõe às imagens de diCorcia como uma lente, ou uma lupa para a razão neoliberal imbricada no sonho americano, afinal, “os vagabundos são a caricatura que revela a fealdade escondida sob a beleza da maquiagem”.

Brown (2019, p. 28), em investigação sobre “as ruínas do neoliberalismo”, explica que não há definição estabelecida para neoliberalismo, e tal “caráter amorfo, proteiforme e polêmico” seria argumento inclusive para questionamento de sua própria existência. Resumidamente, a autora observa que o neoliberalismo é

comumente associado a um conjunto de políticas que privatizam a propriedade e os serviços públicos, reduzem radicalmente o Estado social, amordaçam o trabalho, desregulam o capital e produzem um clima de impostos e tarifas amigável para investidores estrangeiros (Brown, 2019, p. 26).

A psicanalista Nora Merlin (2021) vai além e concebe o neoliberalismo como um vírus que se espalhou por entre as vidas, os corpos, as relações sociais, amorosas, de amizade, laborais e governamentais, tomando, por fim, o “coração da subjetividade”. Para a autora, o efeito dessa captura é uma produção de subjetividade orientada pela servidão voluntária às organizações, cuja falácia da meritocracia tem “a pobreza como destino porque não há nenhuma mobilidade social baseada na meritocracia” (Merlin, 2021, n.p.).

Mas, conforme afirma Minouche Shafik (2021, p. 29), “os pobres precisam ter a expectativa de que eles ou seus filhos terão uma vida melhor”. Tal expectativa de mobilidade social seria, segundo a autora, anterior ao próprio neoliberalismo e estaria na base do contrato social das sociedades modernas.

Com isso, em um gesto imaginativo, articula-se esforço individual, trabalho e sucesso neoliberal a outro elemento extraimagem na série *Hustlers*, o deslocamento biográfico em direção a Hollywood, materializado nas legendas das fotos, que trazem o nome, a idade, o valor pago pela sessão de fotos e o local de origem desses jovens, que sonharam o sonho americano nas tramas do neoliberalismo.

Os *hustlers* se deslocaram para Hollywood, o lar das estrelas, e foram imortalizados. Não pelas telas das televisões ligadas ou pelas páginas das revistas que seguram, mas como representações fotográficas daquilo que Peter Galassi, ex-diretor do Departamento de Fotografia do Museu de Arte Moderna de Nova York, chamou de “comoventes poemas de vidas

perdidas” (Moma, 1993). Talvez, algumas de fato tenham se perdido. diCorcia (2013, p. 67) escreve no posfácio de seu livro que a

metanfetamina era uma grande droga nesse mundo. [...] Os garotos de programa normalmente começavam a pensar em se drogar assim que descobriam que dinheiro faria parte do acordo [para serem fotografados]. [...] Pensar no que aconteceu com os 69 caras que aparecem neste livro é fútil. Vinte anos depois, provavelmente algo de ruim aconteceu, ou eles nem estariam onde estavam para começo de conversa.

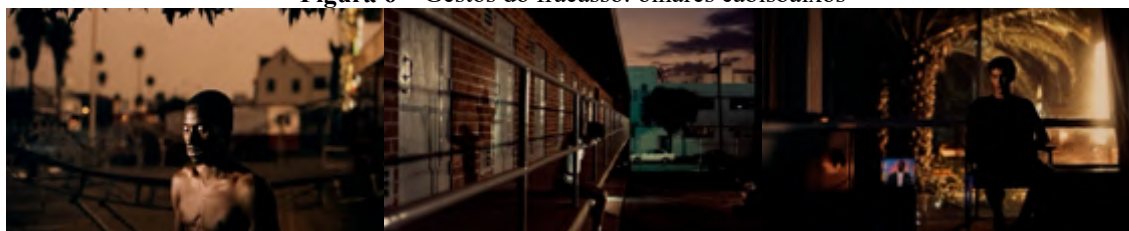
Os gestos de corpos curvados e caídos (Figura 5) e os olhares cabisbaixos (Figura 6) contribuem para materializar a atmosfera do sonho americano despedaçado. Na montagem da Figura 5, da esquerda para a direita, Kervington Cherry se encolhe embaixo de uma escada na mesma posição que Ralph Smith, em frente a um luminoso neon de um restaurante fast food, e que Keith Ryan, iluminado pelo farol de um carro contra um posto de gasolina na penumbra. Exaustos, entregues, esgotados, estão Major Tom, Terry e Roy, em um gesto de corpo deitado em camas de motéis baratos e a calçada da fama. Enquanto isso, na montagem da Figura 6, André Smith, Chris e Eric Holt são representados com olhares para baixo em direção ao nada, desvinculados de qualquer objeto na cena. É no nada e no vazio que encontramos pistas para a próxima seção, enquanto marcadores da experiência pós-moderna tal como a concebemos.

**Figura 5 – Gestos do fracasso: corpos curvados e caídos**



Fonte: diCorcia (2013).

**Figura 6 – Gestos do fracasso: olhares cabisbaixos**



Fonte: diCorcia (2013).

#### 4 A experiência pós-moderna

Emprega-se “experiência” enquanto a) efeito da interação entre elementos vivos e as ambiências que os circundam; b) *sine qua non* para a existência humana; c) que exige a implicação do corpo; d) que reconhece dimensões perceptivas e sensíveis de estar no mundo; e) a partir da qual se produz um conhecimento corporificado; f) é tornada pública por meio da comunicação (Mendonça, 2023).

Desse modo, toma-se as fotografias de diCorcia como pistas reflexivas para a produção de subjetividades de um tempo e um espaço específicos, o Ocidente da segunda metade do século XX, marcados pelo “mal-estar da pós-modernidade”, assim nomeado por Bauman (1998, p. 10): “os homens e as mulheres pós-modernos trocaram um quinhão de suas possibilidades de segurança por um quinhão de felicidade”.

Dentro da proposta de análise deste artigo, são considerados como *lugares* da experiência pós-moderna na série fotográfica de diCorcia os espaços urbanos iluminados artificialmente e vazios (exceto pela presença dos fotografados) (Figura 7).

**Figura 7** – Lugares da pós-modernidade



Fonte: diCorcia (2013).

Tal combinação incute nas imagens uma atmosfera sinistra. Maria Stella Martins Bresciani (1985, p. 41) ao descrever “as faces do monstro urbano” elenca o “poder destruidor

das multidões” como elemento constitutivo das metrópoles, um fenômeno resultando do processo de urbanização que, junto às máquinas e às cidades, fascinou e atemorizou, obrigando-nos a desenvolver inclusive uma “nova sensibilidade” para habitar a paisagem urbana emergente do século XIX.

Na sinistra Los Angeles onde os garotos de diCorcia habitam, a metrópole está esvaziada das multidões, preenchida apenas por coisas e sonhos, luzes e sombras. Eles estão sozinhos onde deveria estar cheio. Mark Fisher (2016, p. 61, tradução nossa) define o “sinistro”<sup>3</sup> como uma falta de ausência ou falta de presença, ou seja, “a sensação do sinistro ocorre quando há algo presente onde deveria existir nada ou quando não há nada onde deveria haver algo”. O sinistro nessas imagens advém justamente de os fotografados estarem sozinhos em espaços onde se espera que estejam cheios. Não suficiente, substitui-se a ensolarada Los Angeles propagada pelas imagens do cinema e da televisão hollywoodianos por uma cidade permeada por sombras e penumbras em um eterno crepúsculo dos deuses, para fazer referência à tradução em português do filme clássico *Sunset Boulevard*, de 1950. A localização serve de locação para a mansão da atriz decadente que tenta seu retorno triunfal e para os garotos que nem chegaram a consumir o sonho para então poder perdê-lo.

Nessa atmosfera sinistra, também estão *objetos* que iluminam: letreiros e placas de neon, abajures, televisores, faróis e luzes internas de carros. Em comum? São todas iluminações artificiais (Figura 8). Em uma leitura sobre a luz, o espaço e o capitalismo, a partir de Jonathan Crary e Georges Didi-Hurberman, Sandra M. Z. R. S. Ferreira (2019) invoca a extinção da noite e do sono como efeito deliberado da produtividade capitalista, instalando-se um estado de iluminação permanente. Lembremos a alcunha utilizada para metrópoles como Nova York e São Paulo: “cidade que nunca dorme”.

<sup>3</sup> O livro de Fisher (2016) não foi traduzido para o português e, no original, é empregado o termo inglês *eerie*. Utiliza-se aqui a tradução do dicionário on-line Cambridge, por isso, “sinistro”.

**Figura 8 – Objetos da pós-modernidade: iluminação artificial**



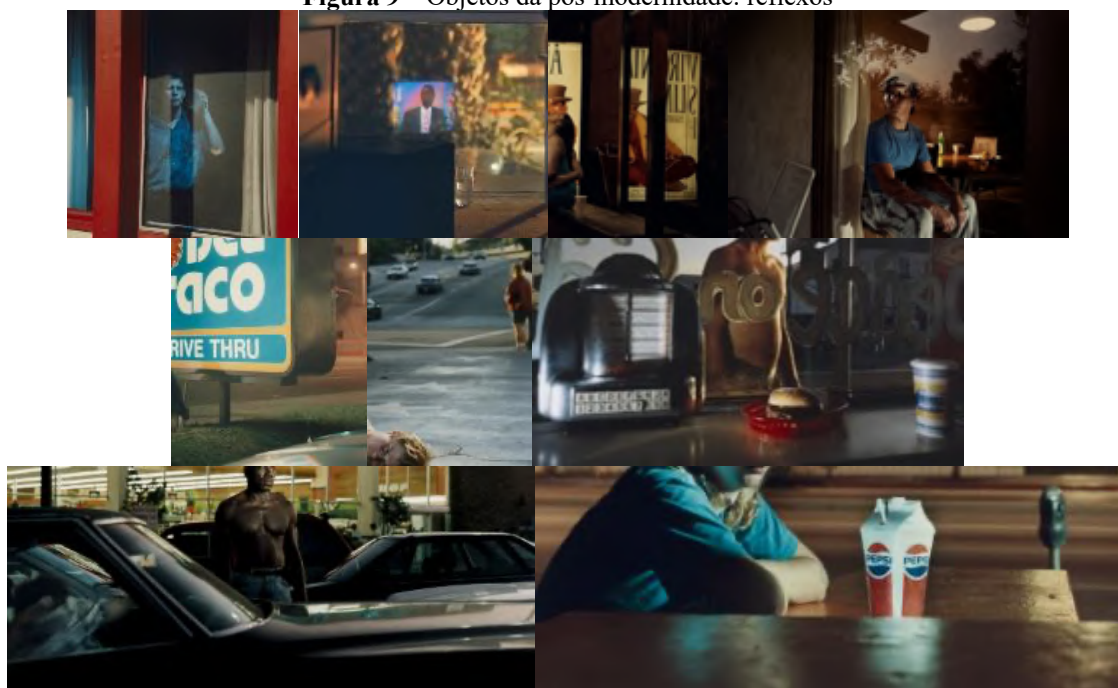
**Fonte:** diCorcia (2013).

Na denúncia de Jean Baudrillard (1998, p. 51-52) sobre a “transparência do mal” na pós-modernidade, perdemos nossa sombra, iluminados que estamos por todos os lados, sem defesa às fontes de luz “pelas técnicas, pelas imagens, pela informação, sem poder refratar essa luz [...], uma assepsia total”.

Efeito colateral das luzes é o reflexo na superficial transparência das superfícies pós-modernas (Figura 9). Elementos importantes na composição de diCorcia, reiterando a artificialidade pelo efeito e pela origem das fontes de luz, os reflexos são vistos na lataria de automóveis e ônibus de viagem, no vidro de lanchonetes e supermercados, nas janelas dos quartos e na superfície dos móveis de motel, nas estrelas da calçada da fama, nas peles cobertas por óleo.



**Figura 9 – Objetos da pós-modernidade: reflexos**



**Fonte:** diCorcia (2013).

Entre luzes e reflexos, vislumbramos uma “política da luz”, na qual disputam “as pequenas luzes que revelam a trazem à visibilidade e outras que fazem desaparecer, as luzes que ocultam, ofuscam” (Ferreira, 2019, p. 7). Parece-nos que diCorcia apaga as grandes luzes da metrópole hollywoodiana para acender as pequenas luzes, iluminando não mais estrelas do cinema, mas aqueles que com elas sonharam.

Aqui, os gestos não são mais tão explícitos como na sedução do consumo (assistir à televisão, ouvir rádio, ler revista) nem no fracasso neoliberal do sonho americano (corpos curvados e caídos, olhares cabisbaixos, deslocamento biográfico). O gesto é do desaparecimento em meio às luzes da pós-modernidade. Uma atmosfera de solidão e de dissolução das fronteiras entre o que é real e o que é ficcional. Não resta mais ninguém, como se os garotos de diCorcia fossem os próximos a evanescer.

### Considerações finais

Em uma leitura das teorizações da pós-modernidade por Jean Baudrillard e Fredric Jameson, Mike Featherstone (1995) afirma que a dissolução de fronteiras é uma marca no Ocidente do século XX, que tem um apreço particular pela sedução e o artifício ou, como coloca Fredric Jameson (1985; 1996), uma fascinação pelo universo da propaganda e dos motéis, dos

letreiros luminosos, dos espetáculos noturnos, do cinema B de Hollywood, dos livros de bolso com seus romances sentimentais, mistérios policiais, ficções científicas, autoajuda, das séries de TV, dos late shows, da degradação, do kitsch. Tudo aquilo que é barato, artificial, decadente. Essa descrição ganha espessura e cores nas fotografias de Philip-Lorca diCorcia aqui manipuladas e iluminadas à luz de inspirações pós-modernas.

Essas teorias enfatizam a ausência de mediações, as intensidades, a sobrecarga sensorial, a desorientação, a liquefação de signos e imagens, a mistura de códigos, os significantes desconexos ou flutuantes da cultura de consumo pós-moderna “sem profundida”, na qual a arte e a realidade trocaram de lugar numa “alucinação estética do real” (Featherstone, 1995, p. 44).

As imagens, com sua dimensão libidinosa, convocaram os sentidos e os *hutlers* de diCorcia. No século XX, especificamente, convidaram ainda para o consumo e a transformação da realidade em imagens, dissolvendo as fronteiras entre a arte e a vida ordinária. O Museu de Arte Moderna de Nova York advertiu à época da primeira exposição da série: a artificialidade de diCorcia seduz e repele qualquer leitura documental das imagens, que não são retratos, mas ainda assim carregam concretude. O diretor do Departamento de Fotografia do museu à época, Peter Galassi, escreveu: “o trabalho é uma invenção – poemas comoventes de vidas perdidas [*lost lives*] –, mas tem o sabor amargo de nosso tempo, e nenhum outro” (Moma, 1993, p. 2).

A partir dos meios de comunicação de massa, embaralhou-se “a distinção entre realidade e imagem, estetizando-se a vida cotidiana” (Featherstone, 1995, p. 100). Nesse processo de “reificação visual”, David Harvey (2008, p. 293; 295) sugere que “as imagens dominaram as narrativas” e a estética triunfou sobre a ética.

Tal estetização colocou em circulação as imagens como elementos fundamentais para o desenvolvimento do que viríamos a conhecer como sociedade de consumo. Seu apelo sedutor, capaz de espriar e orientar os jogos políticos, como observado por Harvey (2008), contribui para a criação de “mundos de sonho” (Featherstone, 1995, p. 101) dos quais o consumo de bens materiais em escala industrial é inexoravelmente dependente. “Assim, a sociedade de consumo não deve ser vista apenas como a divulgadora de um materialismo dominante, pois ela também confronta as pessoas com imagens-sonho que falam de desejos e estetizam e fantasiam a realidade” (Featherstone, 1995, p. 100).

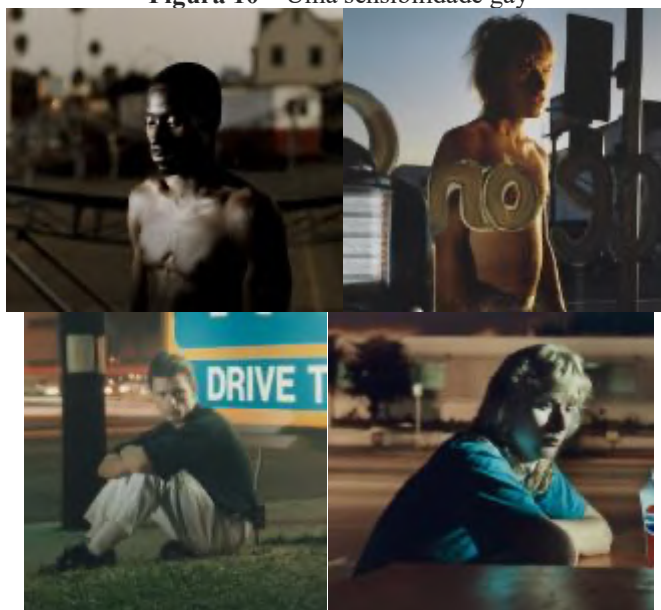
O que o autor nos traz com isso é a correlação entre a proliferação das imagens no século XX com seus “outdoors, vitrines, anúncios, publicidade, embalagens, sinais de rua etc.” (Featherstone, 1995, p. 110-111) e a expansão do consumo de mercadorias nas metrópoles com seus “loais de consumo que endossam os prazeres do excesso” (Featherstone, 1995, p. 42),

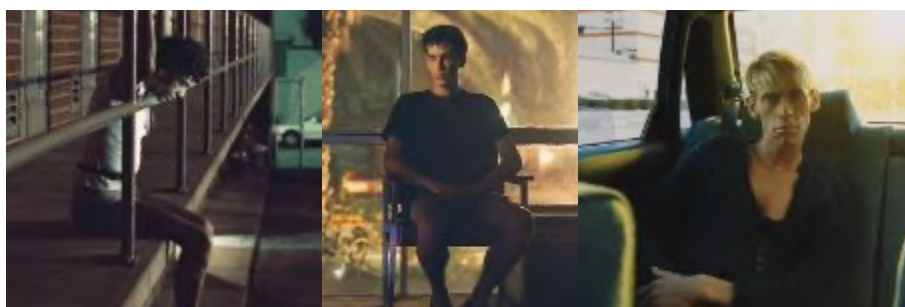
como shopping centers, resorts e parques temáticos. Nesse contexto, a cidade – de Featherstone (1995) e de diCorcia (2013) – emerge como teatro, “uma série de palcos em que os indivíduos podiam operar sua própria magia distintiva enquanto representavam uma multiplicidade de papéis” (Havery, 2008, p. 15).

Os garotos de diCorcia representam tipos específicos de uma leitura da América, a um só tempo social e individual; coletiva e pessoal. O fotógrafo deixa pistas de qual seria essa leitura no posfácio de seu livro: seu irmão, Max Pestalozzi diCorcia, morreu de Aids em 18 de outubro de 1988, dois anos antes dele começar a série *Hustlers*. Em uma América que promete a liberdade em sua Constituição, o fotógrafo se pergunta sobre o preço que ela tem: “meu irmão era muito livre. E eu o amava por isso. A liberdade tem seu preço, e nunca sabemos qual será até que tenhamos que pagar. Ele morreu sem necessidade. Dedico este livro a ele” (Dicorcia, 2013, p. 67). Para diCorcia, nenhum de seus fotografados era, de fato, livre. Em um aforismo quase baudrillardiano, sentencia que alcançaram o ápice da arte a que se propunham: “nada por nada”.

Talvez seja justamente o nada que emana dessa coleção de corpos-mercadorias que servem, junto às fotografias em si, de materialidades comunicacionais de uma sensibilidade gay no espaço-tempo do Ocidente do século XX (Figura 10). As imagens de diCorcia contam uma história amarga, difícil de ser contada e igualmente de ser lida.

Figura 10 – Uma sensibilidade gay





Fonte: diCorcia (2013).

## Referências

- BAUDRILLARD, J. **A transparência do mal**: Ensaio sobre os fenômenos extremos. 4. ed. Campinas: Papirus, 1998.
- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- BRESCIANI, M. S. As faces do monstro urbano. As cidades no século XIX. **Revista Brasileira de História**, v. 5, n. 8/9, p. 35-68, 1984.
- BROWN, W. **Nas ruínas do neoliberalismo**: a ascensão da política antidemocrática no ocidente. São Paulo: Politéia, 2019.
- CANEVACCI, M. **Fetichismo visuais** – corpos eróticos e metrópole comunicacional. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.
- CUNHA, P.R.F. **American way of life**: representação e consume de um estilo de vida modelar no cinema norte-americano dos anos 1950. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, São Paulo, 2017. 249 f.
- DICORCIA, P-L. **Hustlers**. Göttingen, Alemanha: Steidl, 2013.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura do consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FERREIRA, S. M. Z. R. S. Daydream nation: luz, espaço e capitalismo. 84 f. **Dissertação** (Mestrado em Arte Multimídia) – Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal, 2019.
- FISHER, M. **The weird and the eerie**. London: Repeater Books, 2016.
- FONTENELLE, I. **Cultura do consumo**: fundamentos e formas contemporâneas. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2017.
- GUMBRECHT, H. U. **Produção de presença**: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto, Ed. PUC-RIO, 2010.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 2008.

JAKLE, J. A.; SCUELLE, K. A.; ROGERS, J. S. **The motel in America**. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1999.

JAMESON, F. **Pós-modernidade e sociedade de consumo**. Novos Estudos CEBRAP, n. 12, p. 16-26, 1985.

JAMESON, F. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.

LOPES, D. **Nós os mortos**: melancolia e o neo-barroco. Rio de Janeiro: Aeroplano, 1999.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício do cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MENDONÇA, C. M. C. Comunicação: a experiência partilhada. In: LEAL, B.; MENDONÇA, C. (Orgs.) **Teorias da comunicação e experiência**: aproximações. Cachoeirinha: Fi, 2023.

MERLIN, N. Do culto ao eu à passividade social. [Entrevista concedida a] Rosângela Ribeiro Gil e Manuella Soares. **Outras Palavras**, 02 fev. 2021. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/trabalhoeprecariado/do-culto-ao-eu-a-passividadesocial/>>. Acesso em: 02/01/2025.

MOMA – The Museum of Modern Art. Philip-Lorca DiCorcia: Strangers. **Press release**. 1993.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental**: transformações contemporâneas do desejo. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS, 2006.

ROSÁRIO, N.M. Cartografia na comunicação: questões de método e desafios metodológicos. In: MOURO, C.P.; LOPES, M.I.V. (orgs.). **Pesquisa em comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 175-194.

SANTOS, T. H. R. Cartografia aplicada à pesquisa com imagens: uma proposta teórico-metodológica. In: Compós, 31., 2022, Imperatriz. **Anais eletrônicos** [...] Imperatriz: 2022, p. 1-19.

SHAFIK, M. **Cuidar uns dos outros**: um novo contrato social. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

SONTAG, S. **Contra a interpretação**. Porto Alegre: L&PM, 1987.

*Recebido em:* 17/06/2025

*Aceito em:* 27/08/2025