



IMPRESSIONISMO E FOTOGRAFIA DE *STREET STYLE*: METÁFORA VISUAL E IMAGENS DA CIDADE

Vanessa Germanovix¹
Miguel Luiz Contani (Orientador)²

Resumo: Este artigo analisa as similaridades entre pinturas do Impressionismo e fotografias de *street style* do blog The Sartorialist, no sentido de avaliar as metáforas visuais articuladas por essa comparação, em sua capacidade de retratar, além da indumentária, os hábitos cotidianos e a paisagem urbana. Para Roland Barthes, assim como o texto e a imagem, a cidade é um discurso que fala a seus habitantes. A partir das reflexões do autor sobre uma semiologia urbana, a leitura das imagens tem respaldo no conceito barthesiano de mito, com destaque para a análise da significação produzida pela semelhança encontrada no conteúdo das pinturas e das fotografias, com o resultado no sentido de permitir o entendimento, uma da outra, e a condição de ambas retratarem e fazerem compreender, com maior riqueza de elementos – além do estilo das roupas –, a imagem de uma cidade.

Palavras-chave: Impressionismo; Paisagem urbana; Metáfora visual.

Introdução

O espaço urbano é a expressão das forças sociais, políticas, econômicas, intelectuais e artísticas. Desperta inquietação e atrai a atenção de poetas, pintores e fotógrafos, pois abriga fenômenos como a multidão e a moda, desde a modernidade. Esta última, por sua vez, nasceu como uma manifestação cultural da sociedade industrial e permitiu, ao movimento impressionista, envolver-se com a sociedade, a cultura, a ciência e a tecnologia da época em que ocorreu.

O recorte dado ao tema, neste artigo, concentra-se na relação entre pinturas do Impressionismo e as fotografias de *street style*. A escolha tem origem no projeto de pesquisa em andamento junto ao programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade

¹ Estudante do Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL/CAPES). E-mail: vanessa_germanovix@hotmail.com

² Professor Doutor da Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: contani@sercomtel.com.br



Estadual de Londrina visando à leitura de imagens em ambientes urbanos. Este trabalho pretende, portanto, discutir as similaridades entre as pinturas impressionistas e as fotografias de moda contemporânea, com foco no principal ponto em comum, a intenção de retratar, além da indumentária, a paisagem urbana.

Assim, o questionamento levantado é: de que forma as pinturas impressionistas e as fotografias de *street style* articulam metáforas visuais no sentido de retratarem imagens da cidade?

As referências bibliográficas abordam o contexto da modernidade, história da arte e conceitos de urbanidade. A leitura de imagens tem respaldo nos fundamentos da semiologia e, para a análise, foram selecionadas imagens célebres do movimento Impressionista e fotografias do blog The Sartorialist.

Século XIX: Industrialização e Modernidade

A Revolução Industrial teve início na Inglaterra em 1760, mas chegou a outros países da Europa apenas em 1850. Portanto, o século XIX foi a época em que a velocidade, o dinamismo, o progresso e a inovação tornaram-se presentes em todos os aspectos da sociedade. Nas obras de arte, as transformações e este dinamismo foram traduzidos em pinceladas rápidas, na experimentação de novas técnicas e novos temas das obras. A substituição da produção artesanal pela industrial iniciou-se nesta época, inclusive com a pintura que começara a sofrer concorrência com a fotografia, cuja origem coincide com movimentos artísticos que foram pioneiros em temática e técnica, como o Realismo e o Impressionismo (BLAINEY, 2007; FARTHING, 2011).

A modernidade – cuja capital é Paris – nasceu como uma expressão cultural da sociedade industrial e permitiu, ao movimento impressionista, envolver-se com a sociedade, a cultura, a ciência e a tecnologia de então. O termo “impressionista” foi cunhado como um insulto. Apropriando-se do título da marinha de Claude Monet, *Impressão, sol nascente*, o crítico Louis Leroy escreveu: “Impressão... qualquer papel de parede é mais bem-acabado do



que esta marinha!”. O artigo agressivo de Leroy intitulava-se “A exposição dos impressionistas”; o nome pegou (FARTHING, 2011, p. 316).

Rebelados contra os temas históricos e o refinado acabamento das obras de arte acadêmicas, os impressionistas se propunham a criar imagens da vida moderna tal como as viam. Monet pintou algumas das imagens mais ousadas da arte. Renoir, as mais vivas. Degas difundiu o balé. Seurat disseminou o ponto. Van Gogh se aventurou com as cores (IMPRESSIONISTS, 2011; FARTHING, 2011). Enquanto a pintura clássica idealizava um passado épico, voltado para as lendas e mitos, exaltava heróis, projetava versões de uma beleza perfeita e ocupava-se com o refinado acabamento, o Impressionismo trazia a pintura para o que é percebido aqui e agora, na presença de seu assunto, ao mesmo tempo em que o registro fotográfico se beneficiava de uma admirável atualidade. “O imaginário dá lugar à percepção; o passado e a memória, à presença; o mítico longínquo, à realidade próxima: simplesmente visível, sem plano de fundo” (ROUILLÉ, 2009, p. 291).

Os impressionistas saíam de seus ateliês para observar o mundo ao redor e pintavam o que viam: paisagens de Paris, bailarinas amarrando a sapatilha, lavadeiras trabalhando – cenas que, na época, eram consideradas radicais e até impróprias (FARTHING, 2011, p. 316).

Como alternativa ao ateliê, o ar livre possibilita uma coparticipação (um contato físico) entre o motivo e a tela, em eco ao novo regime de impressão que a fotografia está, justamente, em via de importar para o domínio das imagens. Pintar ao ar livre provoca uma profunda mudança na pintura, pois significa abandonar o ateliê e as convenções de escola a ele ligada; equivale a separar o quadro, física e simbolicamente, do ateliê, para ancorá-lo diretamente no motivo. Isso significa submeter a pintura à nova lei que a fotografia está instaurando: a contiguidade entre a coisa e sua imagem (ROUILLÉ, 2009, p. 290).

A transição da sociedade rural para industrializada, aliada à ascensão do capitalismo, impôs uma nova configuração urbana, acompanhada por alterações profundas em praticamente todos os aspectos sociais. “A noção de progresso constituiu a base das transformações materiais e sociais ocorridas na época” (BRANDINI, 2009, p. 76). O poder da tradição sucumbiu em face do poder descentralizado da inovação e a sedução do novo estilizou a vida urbana e as relações humanas, gerando novos padrões de apresentação da



imagem pública (BRANDINI, 2009). De acordo com Wirth (1938), o crescimento das metrópoles e a urbanização são dois dos fatos mais notáveis dos tempos modernos.

Na segunda metade do século XIX, Napoleão III encomendou a revitalização da capital francesa ao Barão Georges-Eugène Haussmann, para levar um novo ar e luz para o centro da cidade, unificar os bairros diferentes com bulevares, e deixar a cidade mais bonita. Haussmann desocupou os *faubourgs*³ de Paris e os substituiu por blocos padronizados de habitação, de frente para novos pontos nodais⁴ extensos, que exibiam marcos históricos e monumentos imperiais (FARAGO, 2015).

Com a maior parte dos locais de trabalho concentrados na cidade, as pessoas começam a passar mais tempo nas ruas, fora da vida privada. Industrialização, urbanização e multidão são fenômenos interligados e trazem, consigo, personagens descritos por Charles Baudelaire⁵: o dândi e o *flâneur*. O dândi preserva sua distinção como um símbolo da superioridade aristocrática; diferencia-se por meio da indumentária, preocupado com pormenores e acessórios como luvas, chapéus, echarpes, bengalas etc. Cada detalhe é pensado como se a sua composição de vestuário fosse uma obra de arte. É um indivíduo que tem o tédio, a ociosidade, o celibato e a indiferença como formas de resistência à moral da família burguesa (BAUDELAIRE, 2004; D'ANGELO, 2006). A *flânerie* nasce com a própria modernidade, como a rotina de caminhar, observar e até imaginar para compreender os costumes cotidianos. Walter Benjamin retoma o termo cunhado por Baudelaire afirmando que o *flâneur* é uma espécie de detetive, uma vez que sua indolência é apenas aparente, para camuflar a vigilância de um observador que não perde de vista seu investigado. (BENJAMIN, 1994, p. 35).

³ Termo arcaico francês que significa "subúrbio", bairro fora do centro da cidade. *Faubourg*. (n.d.). Collins English Dictionary - Complete & Unabridged 10th Edition, from Dictionary.com. Disponível em: <<http://dictionary.reference.com/browse/faubourg>>. Acesso em: 15 set. 2015.

⁴ Os pontos nodais são pontos, lugares estratégicos de uma cidade através dos quais o observador pode entrar, são os focos intensivos para os quais ou a partir dos quais ele se locomove. (LYNCH, 1997, p. 52)

⁵ Poeta boêmio do século XIX, teórico e crítico da arte francesa. Modernidade, vida moderna e arte moderna são termos recorrentes em suas obras (BERMAN, 1982, p. 127).



Linguagens da Cidade

O papel da semiologia na percepção da cidade foi enfatizado por meio do ensaio *Semiologia e Urbanismo* (1967), de Roland Barthes, que sugere a leitura da cidade como um texto: “a cidade é um discurso, e esse discurso é verdadeiramente uma linguagem: a cidade fala a seus habitantes, falamos nossa cidade, a cidade em que nos encontramos, habitando-a simplesmente, percorrendo-a, olhando-a” (BARTHES, 1967, p. 224).

Barthes (1967) lista requisitos complexos para o estudo da arquitetura contemporânea a fim de traçar uma semiologia da cidade. O arquiteto deve ser semiólogo, geógrafo, historiador, urbanista e, provavelmente, um psicanalista. Esta variedade de predicados coloca a metrópole como um objeto de estudo multidisciplinar. Em seu ensaio, Barthes (1967) busca aplicar a semiologia a paisagens citadinas e ainda encontrar possibilidades para uma “semiologia urbana”. Ele introduz o termo “semiologia urbana” para lembrar o leitor da concepção significativa do espaço. O autor argumenta que precisamos compreender o “jogo dos signos”, compreender que qualquer cidade é uma estrutura, mas que nunca se deve tentar preencher esta estrutura. Sugere, ainda, aplicar um modelo linguístico do significado derivado das relações estruturadas entre objetos na cidade:

Uma cidade é um tecido [...] de elementos fortes e elementos neutros, ou então, como dizem os lingüistas, de elementos marcados e de elementos não marcados [sabe-se que a oposição entre o signo e a ausência de signo, entre o grau pleno e o grau zero, é um dos principais processos na elaboração do sentido] (BARTHES, 1967, p. 223).

Umberto Eco (2007, p. 187) diz que a semiologia pode ser considerada como a ciência que trabalha todos os fenômenos culturais como se eles fossem sistemas de signos. Assim, considera-se signo todos os objetos e produtos geográficos e urbanos. A arquitetura pode, então, comunicar. De acordo com Norberg-Schulz (1976), o potencial fenomenológico na arquitetura é a capacidade de dar significado ao ambiente mediante a criação de lugares específicos. O teórico introduz a noção romana do *genius loci*, o espírito do lugar, que diz respeito ao caráter de um lugar, como aspectos sociais, culturais, costumes, além da própria



estrutura arquitetônica que o configura. Na opinião de Barthes (1967, p. 222), Kevin Lynch foi quem “mais se aproximou dos problemas de uma semântica urbana”. Lynch (1999, p. 5) defende que a cidade é em si o símbolo poderoso de uma sociedade complexa, e que pode ter um significado expressivo, se for bem organizada visualmente. Este significado, prático ou emocional, deve existir para observador, e é o que transforma um espaço indiferenciado em lugar, à medida que o homem o ocupa: “O cidadão poderá impregná-lo de seus próprios significados e relações. Então se tornará um verdadeiro lugar, notável e inconfundível” (LYNCH, 1999, p.102).

A interpretação que se pode fazer de uma cidade a partir da relação que as comunidades urbanas estabelecem entre as imagens que elas percebem e sua identidade cultural é infinita (DAVILA, 2009). Barthes (1967) já explicara que as unidades que constituem a urbe são extremamente imprecisas, recusáveis e indômitas.

O conceito de rua é definido por Roberto DaMatta (1997, p. 55) como o lugar da individualização, de luta e de malandragem, espaço onde relações de poder se instituem e grupos disputam territórios geográficos ou simbólicos, ou ainda como um espaço ocupado por identidades múltiplas. A rua é uma metáfora do mundo, com seus imprevistos, acidentes e paixões; implica movimento, novidade, ação. Brandini (2007) destaca, ainda, que a moda é a vitrine da urbe e sintetiza as ideias de DaMatta:

A rua implica falta de controle e afastamento, é o local público, regido por forças impessoais sobre as quais nosso controle é o mínimo. (...) Nela habita o novo, o inusitado, o transgressor, o ilimitado, o incontrolável: a vivência urbana contemporânea (BRANDINI, 2007).

Para Barthes, “a cidade, essencial e semanticamente, é o lugar de encontro com o outro, e é por essa razão que o centro é o ponto de reunião de toda cidade”. O centro da cidade é o espaço onde se encontram forças subversivas, forças de ruptura, forças lúdicas. Ao contrário, o que não é o centro é tudo que não é alteridade: a família, a residência, a identidade. (BARTHES, 1967, p. 231). Em contrapartida, para Canevacci (1997), a cidade é o lugar do olhar. Por esse motivo, a comunicação visual torna-se o seu traço característico. A



comunicação urbana exacerba as diferenças, “multiplica-as, fá-las coexistir, e entrar em conflito” (CANEVACCI, 1997, p.43). A cidade é, portanto, uma forma de habitar, configurada não só por sua arquitetura, mas também pelas experiências intangíveis e pelas imagens que ela evoca.

Mito e Metáfora Visual

O estudo consiste na análise comparativa das pinturas do Impressionismo e de fotografias de moda urbana. As imagens das pinturas foram coletadas na Internet, em sites de história da arte. As imagens fotográficas foram coletadas no site The Sartorialist. Este é um blog que retrata a moda urbana. O fotógrafo Scott Schuman fundou o site em 2005, com a ideia de criar um diálogo sobre o mundo da moda e sua relação com a vida cotidiana. Além do blog, Schuman já forneceu trabalho para as revistas GQ Estados Unidos, Vogue Itália, Vogue Paris e Interview; colabora com campanhas publicitárias das marcas Nespresso, DKNY Jeans, Absolut entre outras⁶. O nome do blog vem da palavra italiana *sartoria*⁷, que significa alfaiataria ou alta costura, e *Sartoria List* seria “lista da alfaiataria”, “lista de roupas”. O blog, portanto, seria uma lista de pessoas vestidas com estilos diferentes e que merecem ser registrados.

Em diversas metrópoles do mundo, Schuman fotografa pessoas de todas as idades e estilos no intuito de comunicar a mensagem que cada indivíduo pretende emitir por meio de seu vestuário. Para aproximar as semelhanças, foram selecionadas as fotografias registradas em Paris. Esta comparação é possível pois, mesmo contendo quase dois séculos de diferença, a cidade de Paris contém elementos identificáveis e legíveis. Ou seja, mesmo que um lugar passe pelas transformações do tempo, da tecnologia e da interação humana, os significados permanecem. De acordo com Roland Barthes (1967, p. 231): “Toda cidade é construída, feita por nós, um pouco à imagem do navio Argo, cujos pedaços foram sendo substituídos com o

⁶ Disponível em: <<http://www.thesartorialist.com/biography/>>.

⁷ *Sartoria* In: Italiano|Português [online]. Porto: Porto Editora, 2003-2014. Infopedia. Disponível em: <<http://www.infopedia.pt/dicionarios/italiano-portugues/sartoria>>.



passar do tempo, mas que permaneceu para sempre o Argo, isto é, um conjunto de significados bem legíveis e identificáveis”.

Reforçando esta ideia, Ítalo Calvino traça a relação da imagem da cidade com a memória: “A cidade é redundante: repete-se para fixar alguma imagem na mente. (...) A memória é redundante, repete os símbolos para que a cidade comece a existir” (CALVINO, 1993, p. 23).

Em *Mitologias*, Barthes (2001) busca criar um método. Ele é apresentado por meio de exemplos práticos na primeira parte e na segunda consta uma teorização. Para o autor, cada objeto contém um significante e um significado, e pode ser interpretado como um mito. A soma desses mitos constrói o imaginário de uma época.

Neste trabalho, a leitura de imagens tem fundamentação no conceito barthesiano do mito, definido como uma linguagem roubada. Isto é, o mito apropria-se de uma mensagem, esvaziando-a de significado para compor novos. “É esse breve roubo, esse momento furtivo de falsificação, que constitui o aspecto transpassado da fala mítica” (BARTHES, 2001, p. 147). A semiologia consiste no processo de decifração do mito, e isto significa compreender as deformações e reconhecer o signo de origem. Se não há deformação, nada de novo tem a oferecer, é apenas uma cópia.

A etapa de análise é feita de acordo com o procedimento proposto por Penn (2011, p. 325), descrito como “uma dissecação seguida pela articulação, ou a reconstrução da imagem semantizada” para tornar explícitos os conhecimentos culturais necessários para que o observador compreenda a imagem. Por se tratar de uma análise comparativa, as imagens serão alinhadas, a fim de se identificar os elementos de similaridade entre as pinturas e as fotografias.

O procedimento, que se dá a partir da escolha do material, consiste em traçar um inventário denotativo, isto significa identificar e listar todos os elementos visuais – denotativos – da imagem. Posteriormente, é realizada a apreciação dos níveis mais altos de significação, para mostrar o que cada elemento conota, como eles se relacionam entre si, para, então, gerar uma interpretação sobre as evocações provocadas pela imagem (PENN, 2011).



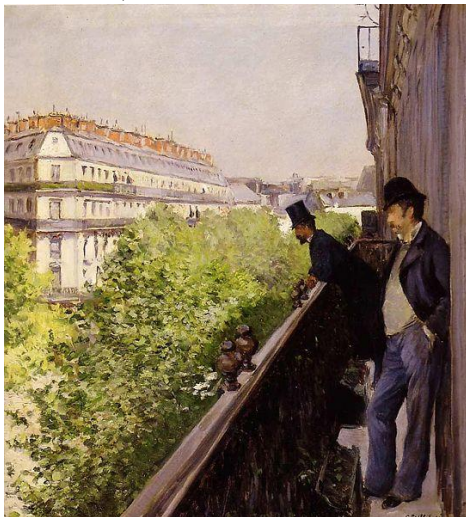
Este procedimento tem fundamentação em Barthes (2001; 2012), que considera a imagem como discurso a partir do momento em que é significativa e que deve ser tratada da mesma forma que a escrita – uma vez que ambas são signos – e, além disso, explora a aplicação dos conceitos de denotação e conotação na análise de imagem.

Selecionar e combinar são os dois nodos básicos de arranjo na organização da linguagem, e correspondem ao paradigma e ao sintagma, respectivamente, ou à metáfora e metonímia. (CHALHUB, 2002; PIGNATARI, 2004, 2005). Metáfora visual se estabelece, portanto, quando há similaridade, uma transposição de sentidos entre imagens. Nesta etapa de análise, pretende-se mostrar, então, a metáfora visual articulada, que se dá quando, ao visualizar imagens contemporâneas de *street style*, remete-se a imagens das pinturas impressionistas, devido às similaridades entre elas.

Análise 1

Gustave Caillebotte (1848-1894) foi um pintor francês que retratava imagens do fluxo de Paris e do cotidiano (FARTHING, 2011). A cena da tela de Caillebotte (Figura 1) apresenta dois homens olhando a cidade de uma sacada. A Figura 2 é uma fotografia de Schuman tirada no Boulevard Saint-Germain, em 2013. Mesmo com roupas sóbrias de inverno, a garota retratada tem um estilo diferenciado, visto na calça estampada e no corte de cabelo fora do convencional. O cenário mostra características do edifício, com o desenho das janelas e das grades da varanda.

Figura 1 – "Un balcon", Gustave Caillebotte, 1880.



Fonte:
<<http://www.wikiart.org/en/gustave-caillebotte/a-balcony-boulevard-haussmann>>. Acesso em: nov. 2014.

Figura 2 - Boulevard Saint-Germain. Paris, 2013



Fonte: <<http://www.thesartorialist.com/photos/on-the-street-boulevard-saint-germain-paris/>>. Acesso em: nov. 2014.

Quadro 1 - Elementos de denotação e conotação presentes nas Figuras 1 e 2

Denotativos	Cenário: Boulevares de Paris. Cores predominantes são as dos edifícios e das grades. Bege e tons de cinza. Personagens na lateral da imagem, não centralizados, compondo a cena sem olhar de frente para quem faz o retrato Postura dos braços. Cores das roupas repetem as cores do cenário.
Conotativos	Elegância Valorização do ambiente urbano

Fonte: Dados da pesquisa.

É possível observar que os elementos denotativos das figuras 1 e 2 apresentam similaridades como, por exemplo, as cores da paisagem urbana dos prédios. Os elementos de mais peso nas imagens são os personagens em primeiro plano, descentralizados no enquadramento. Há similaridade entre pintura de Caillebotte e a fotografia de Schuman na postura e na vestimenta destes personagens. Em ambas, os trajes são sóbrios e comunicam noções de moda e estilo pessoal. Assim, as figuras conotam e evocam efeitos semelhantes. Portanto, pode-se afirmar que há metáfora visual articulada entre as imagens selecionadas. Também se identifica a presença do mito, uma vez que a mensagem original foi transposta de

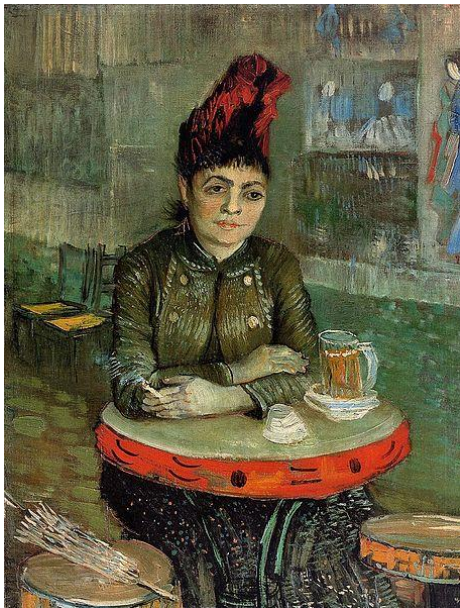


contexto, recebendo uma nova significação. Como há novas informações, não é apenas uma cópia, mas uma transposição de sentidos passível de decifração semiológica.

Análise 2

Vincent Van Gogh (1853 – 1890) foi um pintor holandês do pós-impressionismo cujo trabalho é notável por sua beleza rústica e cores vibrantes, que influenciou artistas do século XX (IMPRESSIONISTS, 2011). Agostina Segatori era uma modelo famosa que posava para pintores célebres, como Édouard Dantan, Eugène Delacroix, Édouard Manet e Vincent Van Gogh. Além disso, era a proprietária do Café du Tambourin, no Boulevard de Clichy, em Paris, retratado por Van Gogh (Figura 3). A Figura 4 apresenta uma foto de Scott Schuman de uma moça sentada em um Café na Rue de Richelieu.

Figura 3 – “Agostina Segatori Sentada no Café de Tambourin”, Vincent Van Gogh, 1888.



Fonte: <<http://www.allpaintings.org/v/Post-Impressionism/Vincent+Van+Gogh/>>. Acesso em: nov. 2014.

Figura 4 - Rue de Richelieu, Paris. 2014



Fonte: <<http://www.thesartorialist.com/photos/on-the-street-rue-de-richelieu-paris-2/>>. Acesso em: nov. 2014.



Quadro 2 - Elementos de denotação e conotação presentes nas Figuras 3 e 4

Denotativos	Cenário: Café em Paris, mesas redondas, algumas cadeiras vazias. Personagens: moça sentada, olhando diretamente para quem a está retratando (pintor/fotógrafo). Postura dos braços. Formato do acessório na cabeça. Formato da vestimenta.
Conotativos	Elegância Delicadeza Casualidade Passatempo

Fonte: Dados da pesquisa.

Com os dados do Quadro 2, pode-se notar que os elementos denotativos das figuras 4 e 5 apresentam similaridades, como por exemplo o formato das mesas do Café, a postura das moças, até o acessório que cada uma usa na cabeça são semelhantes, no caso da pintura, um ornamento ou penteado vertical, e na fotografia, um gorro. Assim, as figuras conotam e evocam sensações semelhantes. Portanto, pode-se afirmar que há metáfora visual articulada. O mito, assim como na primeira comparação, pode ser identificado. É possível reconhecer a mensagem original e as deformações que resultaram na nova mensagem.

Considerações Finais

A industrialização e o auge do capitalismo no século XIX resultaram em fenômenos como a urbanização e a multidão, que passou a ocupar o centro da cidade graças ao deslocamento do local de trabalho para este espaço. Coube aos pensadores, poetas e pintores interpretar tais fenômenos, analisá-los e registrá-los. O movimento Impressionista inaugurou a Arte Moderna e participou das transformações de sua época. Considerado como arte urbana porque descobre a qualidade paisagista da cidade e, ao mesmo tempo, volta à pintura dos campos.

Pioneiros em técnica e temática, estes artistas revolucionários deixaram de se interessar apenas pelos assuntos nobres e passaram a valorizar os temas que surgiam no cotidiano da cidade de Paris no início de sua urbanização, para trabalhar com sensações e impressões de luz. Este foi o primeiro momento em que se assistiu a uma inversão de valores,



deixando de se admirar apenas o que vem da cultura dominante para valorizar o que pode ser encontrado em outras esferas culturais e sociais. Isto resultou em influências permanentes nas artes e na fotografia, principalmente quando esta tornou-se portátil.

Metáfora visual se estabelece quando há similaridade, transposição de sentidos, nesse caso, entre pinturas para imagens fotográficas. As pinturas do Impressionismo e as fotografias de moda urbana têm em comum a intenção de retratar, além do estilo de roupas, os hábitos da vida cotidiana e a paisagem urbana. Além disso, em ambos os casos, as imagens são capturadas – pintadas e clicadas – ao ar livre, não em um ateliê ou estúdio. Portanto, as pinturas impressionistas e as fotografias de moda urbana articulam metáforas visuais, por associarem-se por similaridade, no sentido de apresentar manifestações da imagem urbana.

A paisagem urbana ganhou novas significações a partir da segunda metade do século XIX, e os artistas foram responsáveis por documentar isso. No século XXI, as fotografias de moda urbana assumiram esta função. Ao registrar pessoas com estilos interessantes, os fotógrafos retratam também – consequente ou intencionalmente – o ambiente urbano. Assim como olhamos para as artes e para as produções científicas do passado para entendê-lo, as imagens produzidas e publicadas hoje serão documentos históricos para que, nas décadas e séculos futuros, as pessoas possam não só olhar fotografias, mas saber como pensamos, agimos e interagimos com o ambiente em que estamos inseridos.

Referências

BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia*. Tradução de Izidoro Blikstein. 19. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.

_____. *Mitologias*. Tradução: Rita Buongermino e Pedro Souza. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. *Semiologia e Urbanismo*. 1967. In: _____. *A Aventura Semiológica*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a Modernidade*. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.



BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire – Um lírico no auge do capitalismo*. Obras Escolhidas III. 3. ed. Trad.: José Carlos Martins Barbosa e Hemerson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERMAN, Marshall. *Tudo o que é Sólido Desmancha no Ar – A Aventura da Modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BLAINEY, Geoffrey. *Uma breve história do mundo*. Versão brasileira. São Paulo: Fundamento Educacional, 2007.

BRANDINI, Valéria. Vestindo a rua: moda, comunicação & metrópole. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos IX (1)*: 23-33, jan/abr 2007.

_____. Cultura de Consumo e Modernidade no Século XIX. *Signos do Consumo*, v. 1, p. 74-101, 2009.

CALVINO, Ítalo. *As Cidades Invisíveis*. Trad. Diogo Mainardi. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica*. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

CHALHUB, Samira. *Funções da linguagem*. São Paulo: Ática, 2002.

DAMATTA, Roberto. *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

D'ANGELO, Martha. *A modernidade pelo olhar de Walter Benjamin*. *Estud. av.* São Paulo, v. 20, n. 56, abr. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v20n56/28637.pdf>>. Acesso em jul. 2014.

DAVILA, Carlos Recio. Les images de la ville. Une approche à la sémiotique urbaine. *Penser la ville - approches comparatives*. Khenchela, Algeria, 2009. Disponível em: <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00382599>>. Acesso em jul. 2015.

ECO, Umberto. *Estrutura ausente: introdução à pesquisa semiológica*. 7ª ed. Trad. Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 2007.

FARAGO, Jason. *Caillebotte: The Painter Who Captured Paris in Flux*. BBC Culture [online]. 6 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.bbc.com/culture/story/20150706-caillebotte-the-painter-who-captured-paris-in-flux>>. Acesso em jul. 2015.

FARTHING, Stephen. *Tudo sobre arte*. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.



LYNCH, Kevin. *A Imagem da Cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

NORBERG-SCHULZ, Christian. O Fenômeno do lugar, 1976. In: NESBITT, Kate (org.). *Uma nova agenda para a arquitetura*. Trad. Vera Pereira. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

PENN, Gemma. Análise semiótica de imagens paradas. In: BAUER, Martins W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com textos, imagens e sons: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2011.

PIGNATARI, Décio. *Informação, linguagem e comunicação*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2005.

_____. *O que é comunicação poética*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2004.

ROUILLÉ, André. *A fotografia: entre documento e arte contemporânea*. São Paulo: Senac, 2009.

SANTOS, Renato. The Sartorialist. *Revista Prata*. n.3. 1 nov. 2012. Portugal. [on-line]. Disponível em: <<http://www.revistaprata.com/The-Sartorialist>>. Acesso em: 30 out. 2014.

IMPRESSIONISTS, The: Painting and Revolution. Documentário. Direção e Roteiro: Waldemar Januszczak. Produção: ZCZ Films. Londres: BBC, 2011.

THE SARTORIALIST. [on-line]. Disponível em: <<http://www.thesartorialist.com>>. Acesso em: nov. 2014.

WIRTH, Louis. O Urbanismo Como Modo de Vida. 1938. Trad. Marina Corrêa Treuherz. In: VELHO, Otávio Guilherme (org.). *O Fenômeno Urbano*. 4ª ed. Rio De Janeiro: Zahar Editores, 1979.