

A pedido: uma etnografia da produção filme de casamento para as elites do Recife

On request: an ethnography of wedding film production for the Recife elite

Alex Vailati

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Recife, PE

alexvailati@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4851-4815>

Recebido em: 12 de agosto de 2025

Aceito em: 02 de novembro de 2025

Resumo:

Em nível global, encontramos empresas de produção especializadas em registrar momentos específicos da vida social. O exemplo do chamado fenômeno do cinema familiar é provavelmente um dos mais relevantes: casamentos, aniversários e nascimentos são alguns dos eventos familiares que os vídeos se transformam em “fatos” e memórias. Nestes filmes, encontramos escolhas linguísticas altamente sofisticadas e uma experimentação estética contínua, acopladas a engenhosas estratégias de distribuição, muitas vezes através das redes sociais. Esses vídeos são também resultado de interessantes processos de negociação e interação entre clientes e fabricantes de vídeos. Neste artigo exploraremos o campo da produção de filmes de casamento na cidade do Recife, capital do Estado de Pernambuco, focando sobre as elites urbanas. A análise mostrará como estes filmes são um meio de reprodução de classe e janelas para explorar os diferentes níveis de hegemonia que concorrem na produção destas futuras memórias.

Palavras-chave: Cinema de família. Etnografia da produção audiovisual. Elites. Brasil.

Abstract:

At a global level, we find production companies specialized in recording specific moments of social life. The example of the so-called family cinema phenomenon is probably one of the most relevant. Marriages, birthdays and births are some of the family events that videos turn into “facts” and memories. In these films we find highly sophisticated cinema languages and continuous aesthetic experimentation coupled to ingenious distribution strategies often through social networks. The purpose of this chapter is to explore practices of family film production in the metropolitan region of Recife, one of the largest state capitals in Brazil’s Northeast, focusing on elites. Weddings’ videos, as we will demonstrate, contribute to class reproduction and are a window to explore the different levels of hegemony that produces those future memories.

Keywords: Family film. Audiovisual production. Elites. Brazil.

A re-produção do casamento

(0" a 10") Gravação de drone. Bairro de Boa Viagem.

Ouvimos uma declaração da noiva.

Legenda: "Recife, Pernambuco."

Noiva: "Ainda não consigo acreditar..."

(11" a 17") Plano de detalhe frontal, par de sapatos de noiva centralizados. Em primeiro plano, um lapso de tempo de céu azul com nuvens no fundo.

Legenda: "5 de novembro, 2016."

A noiva continua: "...este dia chegou porque é um sonho. É o sonho da minha vida".

(18" a 22") Detalhe em alto ângulo de uma toalha com as iniciais "B e G" gravadas, com o fecho.

Legenda: "*A Production Company Movie*".

A noiva continua: "...e...estar com o noivo..."

(23" a 26") Primeiro plano $\frac{3}{4}$ face frontal da noiva falando.

Noiva (23"): "...é....evidentemente torna-o muito mais especial".

Esta curta decupagem¹ nos leva a um bairro de classe alta do Recife. Uma gravação realizada através de um drone mostra altos edifícios residenciais em frente ao oceano. Um par de sapatos de noiva aparece durante alguns segundos e a voz da noiva permite-nos entrar neste momento, definido como "o sonho da sua vida". Este vídeo foi produzido por uma das mais importantes empresas de filmes de casamento da cidade do

¹ Trecho da decupagem realizada por Hellen Lailla. Este artigo é uma tradução e re-elaboração de um capítulo de capítulo de livro: Vailati, A. (2021). Shooting Elites: An Ethnography of Wedding Film Production for Elites. In: Vailati, A., Zamorano Villarreal, G. (eds) *Ethnographies of 'On Demand' Films*. Palgrave Macmillan. Esta pesquisa foi financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Recife e a linguagem utilizada, como podemos perceber a partir da decupagem, procura proximidade, bem como estratégias para mostrar riqueza e grandeza: o filme está evidentemente delineando as características de um casamento que poderia ser considerado de elites. Embora, como veremos, existam tendências globais relativas a filmes de casamento, a linguagem utilizada está sendo claramente determinada pelo contexto local e, dependendo do ponto de vista específico da câmera, o realizador procura registrar estes momentos da vida familiar para elevá-los ao estatuto de "fatos históricos", considerando que serão parte da história oficial da família, destacados pelo filme e distintos de outros simples acontecimentos, que podem assim ser esquecidos.

Elites, filmes de casamento e a sua produção são categorias entrelaçadas neste artigo, no qual focaremos nas infraestruturas de produção e circulação que permitem a produção destes filmes e, conseqüentemente, da imagem das elites por eles veiculadas. Esta etnografia baseia-se em relações estabelecidas com produtores de filmes de casamento que trabalham para famílias de classe alta na cidade do Recife, capital do Estado de Pernambuco, um dos maiores centros urbanos da Região Nordeste. A etnografia da produção cinematográfica e a análise linguística destes filmes de casamento permitirão propor uma reflexão sobre as relações de classe, assim como sobre o estatuto epistêmico destes filmes.

Os filmes de casamento podem ser considerados uma parte do enorme campo dos filmes de família, que nos estudos cinematográficos e historiográficos, são analisados principalmente pela sua dimensão "amadora" (Zimmerman, 1995). Em primeiro lugar, considerar este fenômeno através dos seus laços com a "família" leva-nos a considerar como o vídeo tornou-se um dos meios fundamentais para a representação da família na contemporaneidade. Assim, é importante observar que a tecnologia produção audiovisual, começando com o Super 8 nos anos 70, foi amplamente utilizada para "documentar" momentos importantes da vida familiar. A introdução desta tecnologia de produção mais barata, marcou o início de um setor de mercado crescente de produtores de filmes de casamento em Recife e agilizou a criação de uma infraestrutura para a produção destes filmes.

Em muitos contextos, os agentes que se apropriam destas tecnologias pertencem à classe média ou alta social, em particular sucessivamente da ampla popularização dos meios de comunicação televisivos, quando o filme familiar se tornou um gênero comum utilizado para marcar a memória e um meio de distinção social (Bourdieu, 2013). Isto

está presente na análise pioneira de Chalfen (1987), que demonstrou como a seletividade era a característica essencial do "modo doméstico", através do qual os produtores de vídeo que trabalhavam para as classes médias dos Estados Unidos retratavam somente momentos "positivos" da sua vida social. Peixoto, que oferece uma reflexão sobre a narrativa visual das famílias brasileiras, relata que “estas imagens fragmentadas são a prova de 'quão felizes éramos'!” (Peixoto, 2011: 10), confirmando os modelos hegemônicos seletivos anteriormente destacados nos Estados Unidos. As imagens produzidas pelo cineasta das famílias, com base num profundo conhecimento e numa inserção no grupo, são selecionadas para produzir a memória familiar - uma prática que, como veremos nesta análise etnográfica, é essencial para compreender o papel contemporâneo dos filmes de família.

No campo da produção cinematográfica, um dos momentos constitutivos da história do cinema no Recife e no Estado de Pernambuco é representado pelo grupo de realizadores que compuseram o chamado Ciclo Super 8. A partir de 1973, um número crescente de filmes, geralmente curtas-metragens, foi produzido como resultado da introdução da tecnologia Super 8 no contexto local. A criação da primeira estação de televisão local também desempenhou um papel importante na propagação do filme familiar. A TV Jornal foi fundada em 1960 e, como dois realizadores entrevistados afirmaram, desempenhou um papel fundamental ao "importar" profissionais e tecnologias das regiões do Sudeste do país e ao permitir a formação de profissionais locais. Estes processos, segundo os realizadores, permitiram ter vários cineastas profissionais que eram contratados pelas famílias recifenses, a partir do final dos anos 70. Vale a pena mencionar aqui que, devido aos elevados custos de produção e reprodução, o filme familiar do Super 8 era exclusivo das elites.

Um segundo momento de transição tecnológica radical foi a introdução do formato de gravação de vídeo analógico. O *Video Home System* (VHS) monopolizou a produção de filmes caseiros e de família neste momento. Criado no início dos anos setenta, este formato foi divulgado globalmente no final dos anos setenta. Em Recife, as câmeras VHS começaram a ser utilizadas no campo dos filmes familiares no início dos anos oitenta e esta transição tornou o registo da vida familiar mais acessível, sob o ponto de vista econômico. No entanto, este meio estava sempre limitado a um estrato social restrito. Embora a produção do filme tenha se tornado mais barata, a sua exibição

dependia de leitores VHS, que ainda eram uma mercadoria cara e normalmente importada dos Estados Unidos.

A entrada da tecnologia audiovisual digital no mercado local traz a mais recente revolução na infraestrutura de produção. No campo do cinema de família, vários produtores adotaram esta tecnologia a partir de 2003. Nas fases iniciais da sua difusão, a edição final ainda era linear, mas apenas alguns anos mais tarde, começaram a ser adotados computadores para edição não linear, abrindo assim um novo campo de possibilidades. Também mudou o formato do material de restituição do filme aos clientes com a utilização do DVD. Ainda notável, nas palavras dos realizadores, é a dificuldade em adquirir as tecnologias, que ainda tinha que ser importada da Região Sudeste. Por exemplo, muitos relataram a dificuldade em adquirir os DVDs.

A última, também notável, revolução foi a introdução das câmeras DSLR, que permitiu uma mudança radical na qualidade da imagem. No contexto local, a tecnologia DSLR foi introduzida a partir de 2010, em paralelo com o armazenamento em dispositivos que permitem a edição não linear. Múltiplas possibilidades se tornaram disponíveis neste momento, com a capacidade de aumentar exponencialmente o tempo de gravação e o acesso instantâneo às gravações. Esta segunda potencialidade, por exemplo, permite atualmente a produção de vídeos audiovisuais denominados "*Same Day Edit*", ou seja, curtas-metragens que são montados e projetados para os convidados da festa no mesmo dia do evento.

Estes são exemplos das estratégias de diferenciação dos produtores de filmes de casamento que trabalham para as elites locais. Embora possamos observar a popularização do cinema familiar a todas as classes sociais, é inegável que existem realizadores que acumulam conhecimentos e infraestruturas tecnológicas para propor filmes de vanguarda e vendê-los a clientes com elevado poder econômico.

Filmar elites

"Hoje em dia, eu trabalho somente com elites". Esta declaração de um dos diretores envolvidos nesta pesquisa, leva-nos necessariamente a problematizar a categoria de "elites". Em muitas conversas com produtores, a "meta narrativa do sucesso" baseia-se nos seguintes "sintagmas narrativos": proveniência de uma classe média subalterna ou baixa; afirmação social, através da capacidade quase "inata" de

fazer produções cinematográficas reconhecidas por famílias ricas; construção de uma estrutura empresarial; e, particularmente, demonstração de uma capacidade de lidar com a classe média alta ou alta. A relação com uma alteridade que tem "mais capital" é então percebida como um indicador fundamental de estatuto.

Isto torna-se particularmente significativo em comparação com o passado. Nos anos sessenta e setenta, os cineastas familiares eram literalmente parte das "elites", como nos casos de Firmo Neto ou João da Cunha Pedrosa, que foram, durante muitas décadas, alguns dos mais importantes realizadores de filme de família para as elites locais. Além disso, é de notar que a "crise socioeconômica" contemporânea, que começou no Brasil em 2017, não parece afetar o mundo dos produtores que trabalham com elites. Embora a maioria descreva uma ligeira queda no mercado, a tendência geral não parece ter mudado nos últimos anos, com única exceção no período pandêmico, no qual evidentemente não puderam ser realizadas celebrações presenciais.

Em segundo lugar, para estes cineastas familiares, a ascensão social e pertença a uma classe média alta não é marcada pela ambição de "liberdade" de expressão, como ocorre, por exemplo, entre as "elites" que constituem a cena cinematográfica local. A ascensão social está ligada à capacidade expressivo-tecnológica adquirida, que poderíamos definir aqui como infraestrutura (Larkin, 2013), de reprodução de modelos de representação reconhecidos pelas elites. Neste sentido, nas narrativas dos realizadores, torna-se fundamental "dominar o mercado" e captar as tendências dominantes do cinema familiar, que são historicamente metatópicas para o contexto local. Como veremos, as principais referências linguísticas para estes realizadores são os estrangeiros que não têm qualquer conhecimento dos filmes de casamento brasileiros. A sofisticação da produção audiovisual, que apesar de estar ligada a formas padronizadas, é um ponto de demarcação social relevante dos realizadores, que inclui a aquisição de equipamento de ponta e formação com realizadores de filmes de casamento de renome mundial. Aqui encontramos dados sobre a fronteira entre os realizadores socialmente reconhecidos e os "outros".

Finalmente, uma relação de poder específica entre produtores e "elites produzidas" deve ser realçada. Se, por um lado, os operadores de câmera dependem economicamente da circulação do nome do produtor entre as redes mais influentes, por outro, como veremos, há uma vontade evidente por parte dos produtores de controlar a imagem familiar que produzem. Nas palavras de todos os diretores entrevistados, o

cliente tem que aceitar as línguas que propõe. Na prática, a interferência dos clientes na produção do filme é mínima ou nula. O controle econômico e o controle sobre a representação encontram-se em diferentes níveis nesta análise.

As elites têm permanecido consistentemente em segundo plano em relação a outros grupos nas pesquisas etnográficas. Mesmo trabalhos muito recentes continuam a destacar esta observação (Salverda, Skovgaard-Smith, 2018). Nas várias épocas e escolas que compõem a história da Antropologia, a escolha tem sido dar prioridade ao estudo das "não-elites" por causa de várias estruturas e conjunturas (Abbink, Salverda, 2012). Esta agenda, que pode ser considerada uma consequência da origem colonial da disciplina, foi ressignificada ao longo da história, para colocar o trabalho dos antropólogos numa perspectiva engajada, ao lado do subalterno.

Em meados de 2020, quando este texto está sendo elaborado, as agendas políticas de vários Estados-nações suscitaram preocupações crescentes sobre a possibilidade de subsistência das poucas garantias que as "não-elites" - ou seja, aqueles que constituem os famosos 99% da população mundial - têm para se defender dos processos exploratórios. Refletindo sobre a atual situação socioeconômica, uma abordagem etnográfica às elites torna-se ainda mais importante, adotando uma epistemologia que procura problematizar as construções universalistas que geralmente sustentam a teoria política. Se falar de 99% se torna um slogan político relevante, é também necessário desconstruir as oposições binárias que os slogans necessariamente criam, para entender, na contemporaneidade, como se ressignificam as categorias de classe e elite.

A reflexão antropológica é assim fortemente necessária. Num trabalho pioneiro sobre o tema das elites Laura Nader (1972) revelou que a Antropologia era uma disciplina ainda incipiente nesta perspectiva. Uma questão orientadora, que mais uma vez denota um grau de engajamento político no trabalho da Antropologia, é a seguinte: "Em vez de perguntar por que algumas pessoas são pobres, perguntaremos por que outras pessoas são tão influentes" (Nader, 1972: 289). Neste estudo, Nader refere-se à necessidade de estudar as elites da "nossa própria sociedade", no seu caso, as dos Estados Unidos.

Um problema metodológico inicial é entender quem são esses "outros". A etimologia latina do termo "elite" revela sua dimensão relacional. "Elite" está associada a conceitos como escolha, eleição e seleção, ou seja, identifica grupos que se

distinguem dos outros por características e estratégias específicas. Portanto, é essencial tomar uma rota etnográfica e abordar as fronteiras que separam essas "elites" dos "outros" através das dinâmicas de diferenciação (Bourdieu, 2013). No entanto, importa salientar que a "Elite" é aqui entendida como um deslocador social (Durham, 2000), ou seja, um termo que, dependendo do seu posicionamento, irá indicar diferentes segmentos da sociedade. A posição do observador participante é, assim, fundamental, do ponto de vista etnográfico, para a compreensão das caracterizações dos grupos aqui analisados.

Todavia, como enfatizou Nader, as elites "não querem ser estudadas" (Nader, 1972: 18). As etnografias que se centram neste grupo devem assim encontrar uma abordagem etnográfica que não exija necessariamente a presença do pesquisador no mesmo espaço social. Nader sugere que "o uso de documentos pessoais, memórias, pode substituir a participação em algumas áreas da cultura que requerem muitos anos de participação para serem verdadeiramente compreendidas" (Nader, 1972: 23). No mesmo sentido, Marcus propõe focar nas autobiografias, que são entendidas "não apenas como um gênero literário que apareceu no Ocidente no final do século XVIII", mas como "um ato voluntário do eu (self)" (Marcus, 2000: 19). Os filmes de família se tornam assim, nesta pesquisa, um "sujeito" essencial para compreender como se distingue uma "elite" de outros segmentos sociais.

Este estudo então envolve dois tipos diferentes de atores sociais: os primeiros são as elites que são retratadas nos filmes analisados. O segundo são os produtores que realizam esses filmes. Considerando que a interação profunda com os principais sujeitos desta pesquisa etnográfica não foi possível, procurei construir relações com os produtores dos filmes. Nesse sentido, me tornei empático em relação às suas produções. Os produtores de cinema de família contemporâneo do panorama recifense geralmente vêm da classe média ou baixa. Eles geralmente se apresentam como artesãos autodidatas, apaixonados por seu trabalho com imagens em movimento. Desde o primeiro contato, minha empatia por eles tem sido um dado etnográfico importante.

No entanto, esta abordagem empática aos produtores de filmes de casamento não poderia impedir uma abordagem crítica em relação às elites retratadas nos filmes destes artesãos. Como Gilbert e Sklair afirmaram recentemente: "O trabalho etnográfico sobre elites mobiliza geralmente inquéritos que convidam ou requerem atenção aos processos de manutenção e perpetuação das desigualdades e, portanto, ao capital entendido como

uma relação e não como uma mera acumulação de riqueza" (Gilbert, Sklair, 2018: 4). Esta tensão entre etnógrafo, "produtores" e "produzido" é, num sentido crítico e reflexivo, uma das questões metodológicas mais relevantes que devem ser consideradas neste trabalho.

A imagem "humilde" dos profissionais do cinema social, que é radicalmente diferente daqueles que podem ser encontrados no campo dos filmes de arte, torna-se ainda mais complexa em relação aos seus "clientes". A perspectiva escolhida para este estudo, que procura explorar o mundo das "elites", abre uma janela entre a subjetividade da pessoa que faz o vídeo e a das pessoas sobre as quais ele é feito. É importante especificar, dada a pluralidade de capitais mobilizados em relação ao termo elite, que a nossa perspectiva se refere principalmente às elites econômicas. Todos os videoclastas contemplados neste artigo produzem filmes sociais para a classe economicamente dominante.

Amadores profissionais

"É diferente fazer filmes para profissionais em comparação com fazer um filme para os noivos" afirma L., referindo-se à linguagem visual que a sua empresa adota. Esta afirmação permite uma reflexão sobre o que pode ser considerado um produtor "profissional" de filmes de casamento. Os filmes profissionais são diferentes dos filmes caseiros, que normalmente são considerados amadoristas. A categoria de "amador" tornou-se essencial para a análise, o que enfatiza a sua localização numa dicotomia binária em relação à ideia de "profissional".

Esta estrutura é uma herança da Revolução Industrial e da forma fordista de organização laboral, na qual a ideia de profissionalização foi fundamental para a definição da ideia de trabalho, diferenciando-se de outros tipos de atividades que não procuravam a obtenção de capital econômico. Podemos pensar num sistema classificatório em que "o amadorismo defectava o caótico, o incoerente, e o espontâneo no lazer e na vida privada para que o tempo público pudesse persistir como metódico, controlável e regulado" (Zimmerman, 1995: 11). As ideias de "profissional como público" e "amador como privado" são dicotomias que nos permitem redirecionar a categoria de amador para a ideia de um espaço marcado que está fortemente relacionado com a ideia de cinema familiar.

O mundo contemporâneo impõe desafios ulteriores. Como veremos, o campo analisado neste artigo desconstrói implicitamente estas dicotomias binárias. O cinema familiar, historicamente ligado ao amadorismo, torna-se, neste estudo, um campo em que a exigência de uma profissionalização marcada é transversal entre os atores envolvidos na produção de filmes.

Embora os filmes de casamento sejam um tipo de audiovisual que mobiliza um grande número de realizadores de vídeo, é interessante observar que os vídeos geralmente apresentam apenas o nome da produtora, sem mencionar o realizador ou a equipe de filmagem que executou a produção, que normalmente permanecem anônimos. Procurando informações sobre os sítios promocionais da maioria dos produtores, também não é possível determinar onde se situa a qualidade "autoral" do realizador do vídeo. Este detalhe é emblemático para introduzir o campo dos produtores de filmes de casamento e refletir mais amplamente sobre a sua relevância para a Antropologia.

Desde a sua fundação, a Antropologia sempre se interessou por objetos que podem ser considerados resíduos de outras ciências (Remotti, 2014). A mesma ideia tayloriana de "sobreviventes" foi uma solução para dar dignidade científica aos objetos, como o parentesco, que foi rejeitada noutras disciplinas. Os filmes de casamento parecem encaixar nesta metáfora. Não se assume que sejam resultados dos caminhos e criatividade de "indivíduos" específicos e são também historicamente excluídos das histórias "oficiais" do cinema. A procura de razões para esta colocação do cinema de casamentos no panorama mais vasto da reflexão estética, política e social sobre a produção audiovisual faz da investigação etnográfica um instrumento necessário.

Um primeiro dado está relacionado ao que podemos chamar de "história paralela" (Pinney, 1996) do cinema de família. Quase todos os cinegrafistas da Região Metropolitana do Recife têm um contato muito periférico com o mundo do cinema. Quando nos referimos ao mundo do cinema, nos referimos aqui a uma combinação de educação, assistir a filmes e assistir a festivais, considerando que Recife pode ser considerada uma capital do cinema. Recentemente, a cidade do Recife foi classificada como a nova capital do cinema brasileiro devido ao fato de vários filmes realizados através da infraestrutura de produção audiovisual se terem tornado internacionalmente reconhecidos. Se os holofotes iluminam produções que são mesmo definidas como cinematográficas, outras produções que não têm os requisitos para alcançar este destaque são deixadas na escuridão.

Nas nossas investigações, descobrimos que os realizadores de vídeo tinham tomado uma grande variedade de rotas antes de chegarem ao campo dos audiovisuais contratados. Em resposta à minha pergunta "O que fazia antes?", ouvi muitos tipos de trabalhos; trabalho assalariado como motorista, prática fotográfica aprendida com um membro da família e gestão de pequenas empresas foram algumas das várias profissões mencionadas.

A entrada no campo do cinema foi geralmente descrita como um acontecimento casual. Como afirmou Louro: "Um amigo me chamou para gravar uma dança numa discoteca. Usei um Panasonic M8, em VHS. Eu não tinha tido nenhum contato com o cinema, nenhuma paixão pelo cinema. Mas meu amigo disse que a gravação foi ótima. Fiz então um filme de casamento para um amigo e todos gostaram". Nesta narração, que se refere a acontecimentos do início dos anos 80, encontramos claramente a necessidade de afirmar uma sensibilidade específica para a gravação audiovisual, não relacionada com qualquer tipo de formação. Assim, a qualidade "amadora" enfatiza o prazer e o talento inato para a gravação audiovisual, o que marcaria sua trajetória como futuro "profissional". Hoje, Louro é proprietário e administrador de uma importante produtora de vídeo do Recife.

A distância do cinema também é marcada pelo fato de que os diretores de filmes de casamento geralmente não relatam experiências de realização de audiovisuais que não são encomendados. Passando pelo campo do cinema, podemos afirmar que a direção de um filme é considerada o papel mais reconhecido, ainda mais quando o diretor pode se considerar "autor" do filme. No campo do cinema de família, encontramos, entre todos os cinegrafistas entrevistados, um completo distanciamento dessa ambição. Nenhum deles jamais fez filmes "autorais" e nenhum deles relatou vontade de fazer isso.

Os filmes de casamento são considerados algo diferente de um "filme autoral" no campo dos estudos cinematográficos. Mas se olharmos para algumas estratégias adotadas por estes cineastas, encontramos algo semelhante à *práxis* etnográfica visual. Os filmes de casamento são o resultado tanto da apropriação como da negociação. Relativamente à apropriação, observei que as imagens dos clientes passam a fazer parte da carteira de uma empresa utilizada para fins de marketing através da sua circulação em múltiplas redes sociais. Relativamente à negociação, embora a dimensão linguística do filme esteja predefinida no momento da contratação, a realização de casamentos

implica negociações específicas implícitas com o "observado". Embora o filme etnográfico tenha geralmente propósitos diferentes dos de um filme de casamento, ambos estão a indexar algo que acontece.

Aqui encontramos um significado para a afirmação feita por L. Vários realizadores de vídeo enfatizaram, por outras palavras, a diferença entre fazer filmes para "profissionais" e fazer "filmes para clientes". Se a primeira classificação se refere a filmes que incorporam experimentações linguísticas, a segunda indica filmes altamente padronizados que são os mais procurados pelas elites do Recife. Tornar-se referência nesse campo é o objetivo primordial da maioria dos cinegrafistas, o que nos remete ao tempo dos pioneiros da arte cinematográfica. Se hoje falamos do cinema como "Arte", no tempo de Lumieres e de Meliés, o cinema era visto como uma simples "atração", e muitas vezes como um meio de acumulação de capital econômico. Nesse sentido, os atores envolvidos na produção desses filmes podem ser considerados como artesãos-empresendedores, que, no entanto, têm um papel fundamental na produção das memórias de família.

A vida social do filme de casamento

"Estes são vídeos sociais", comentou S., uma produtora de filmes de casamento. Naquela altura, achei esta afirmação contraditória. Como pode um filme privado, como um filme de casamento, ser considerado um vídeo social? Contudo, o trabalho de campo confirmou que, em Recife, o termo que é quase universalmente utilizado para definir filme familiar é "vídeo social". O adjetivo "social", que está globalmente associado a este tipo de vídeo, indica produções audiovisuais feitas para "circular" nas redes sociais o mais rapidamente possível. São geralmente audiovisuais curtos de, no máximo, um minuto e meio e estão indiretamente associados a uma ideia de marketing ou promoção de um produto ou imagem pessoal. No entanto, a investigação etnográfica revela significados semióticos que não se enquadram nesta definição de "global".

No contexto do Recife e - expandindo o foco - do Brasil, a utilização da categoria de social está ligada à ideia de um "evento social". Isto inclui uma multiplicidade de momentos na vida dos sujeitos: desde o vídeo de aniversário de uma criança de um ano até vídeos de estreia, vídeos de 16 ou 18 aniversários e casamentos.

O evento social, neste sentido, incorpora a ideia de uma cerimônia formal submetida a regras de convenção e etiqueta.

Enquanto há vinte anos atrás, estes vídeos permaneceram, em muitos casos, esquecidos nas prateleiras das casas, é interessante analisar a dinâmica da circulação dos vídeos produzidos após a afirmação da tecnologia digital. Examinando o mapeamento dos sites dos produtores de vídeos familiares, é possível descobrir que a maioria dos vídeos têm grande circulação nas redes sociais. Assim, estas produções tornam-se um veículo de promoção da imagem pessoal dos envolvidos, bem como um meio de apresentar o trabalho dos produtores de vídeo e das suas marcas.

Neste sentido, com base numa definição êmica de vídeo social que revela aspectos ligados ao conteúdo dos filmes, voltamos, através de uma análise da circulação dos vídeos, a uma definição mais globalizada, que se refere à circulação da imagem dos sujeitos envolvidos, com base nos princípios da economia do clique. Claramente, tal como a maioria das categorias promovidas nos canais web, a ideia de "vídeo social" é o objeto de uma contínua ressignificação.

Em nível global, existem referências reconhecidas pelo cinema social. Um cineasta, entre outros, é o mais mencionado no contexto do Recife - o croata Robert Balasko. A apresentação da sua empresa é relevante: "A equipe do Art Studio prova a sua criatividade todos os dias, trabalhando em todo o mundo e teriam a honra de "criar" as suas molduras e memórias da forma mais bela e única". Esta infraestrutura de produção e circulação de filmes tornou-se um dos modelos mais influentes.

Aqui consideramos a infraestrutura como um conjunto de formas materiais que permitem a criação de ligações entre contextos localizados em diferentes espaços (Larkin, 2008; Graham, Marvin, 2001). A identificação das transformações pelas quais passaram as infraestruturas de produção e circulação de filmes de casamento permite-nos compreender as relações entre sujeitos, filmes, produtores e "produzidos". Neste sentido, consideramos aqui o conjunto de artefatos (Star, 1999) e as relações que permitem - ou não - a produção e circulação de filmes.

A infraestrutura de produção de filmes de casamento é uma enorme rede de sujeitos humanos e não-humanos. De vários pontos de vista, isto reproduz a infraestrutura do cinema hegemônico. Em primeiro lugar, a sua história baseia-se em revoluções tecnológicas que impõem padrões sociotécnicos específicos; em segundo lugar, encontramos múltiplas estratégias comerciais destinadas a afirmar um modelo

linguístico específico, cujo objetivo é tornar-se hegemônico; em terceiro lugar, esta dimensão hegemônica relega "outras" produções que não correspondem a modelos técnico-linguísticos específicos, tais como as produções de nível inferior, que são definidas por muitos como "amadoras".

É interessante observar que, após a nossa primeira conversa, muitos produtores reviram o seu repositório on-line. Como eu também estava à procura de filmagens "mais antigas", a maioria deles removeu os filmes de casamento "mais antigos" dos seus repositórios. Os utilizadores comuns não costumam chegar a esses vídeos, porque são listados por último. Eles apagaram claramente estes filmes porque faziam parte de uma fase "mais antiga" da infraestrutura sociotécnica. Estes filmes não representavam a imagem atual da empresa. Além disso, os filmes de casamentos de pequeno orçamento não circulam na web. Assim, apenas filmes específicos podiam ser considerados genuinamente "sociais".

Uma consideração final sobre a sociabilidade dos filmes é o acesso a estes filmes. Encontrar filmes antigos foi um dos maiores desafios desta investigação. Em primeiro lugar, este obstáculo estava relacionado com o fato de os produtores não preservarem o seu próprio trabalho. O filme é normalmente produzido e encaminhado para a família. Todo o material nas mãos dos produtores é então eliminado. Podemos compreender esta prática com base no elevado custo de preservação de todas as filmagens. No entanto, é estranho não preservar pelo menos alguns filmes, uma prática que teria um custo baixo. Além disso, é evidente que tais produções são consideradas efêmeras para aqueles que não fazem parte das redes sociais familiares. Os filmes de casamento normalmente não têm o estatuto que lhes permite fazer parte de um arquivo cinematográfico. Só se tornam adequados para tal se "sobreviverem" a longos períodos de tempo de passagem.

No entanto, o estatuto social dos protagonistas dos filmes deve ser considerado. Na contemporaneidade, tornar-se socialmente invisível tornou-se cada vez mais uma prerrogativa das elites, considerando a dinâmica da vigilância digital e a economia do clique. A necessidade de não preservar este material é então compreensível. É ainda mais difícil tornar este material disponível para investigação ou publicar imagens dos filmes. É por isso que as análises aqui propostas se baseiam em audiovisuais publicados na Internet e os produtores são citados utilizando nomes fictícios.

Delineando subjetividades

As produções mais caras, tais como relatadas pelos produtores, envolvem duas ou mais unidades de gravação. Muitas vezes são utilizados drones, bonecos ou outro equipamento. As unidades gravam a preparação do casamento na casa do noivo e da noiva, a cerimônia do casamento e a recepção. Os produtores, em muitos casos, utilizam equipamento de edição móvel para produzir vídeos, conhecidos como vídeos de "edição no mesmo dia", que são projetados ao longo da recepção. Encontramos também transmissão ao vivo do casamento para membros da família que não puderam assistir pessoalmente. Num caso, foi utilizada uma equipe de gravação para transmitir direto a partir do local de parentes que não estavam presentes no casamento. Estes são exemplos de tipologias de infraestruturas de produção para "grandes casamentos".

Em vários casos, esta infraestrutura torna-se uma ferramenta de marketing. Por exemplo, observamos produtores que, para além da gravação do casamento, fizeram vídeos sociais para os outros profissionais envolvidos. Maquiadores, decoradores, chefes de cozinha, músicos e as suas redes sociais tornam-se assim um veículo de divulgação da marca da empresa produtora. Os vídeos são editados, dependendo do fluxo da encomenda, logo após a gravação, para finalizar o filme na semana seguinte. Dois filmes são normalmente produzidos: uma curta-metragem com um máximo de dez minutos e um filme médio de cerca de 40 minutos.

Antes de entrar na análise da língua dos filmes, é importante salientar que os clientes têm geralmente pouca influência nos padrões linguísticos escolhidos pelos realizadores do vídeo. A escolha é feita *a priori* ao contratar a empresa, que é escolhida pelos estilos linguísticos que utiliza. O futuro casal produzido nos audiovisuais geralmente encomenda filmes aos produtores com base numa dinâmica de referências feitas por amigos ou parentes. Assim, a relevância da "marca" dos produtores é um fator essencial. Os produtores de vídeo afirmam que os clientes raramente solicitam uma mudança na edição, e quando o fazem, as mudanças normalmente envolvem ajustes na banda sonora ou - mais banalmente - a remoção de alguém do filme que se tenha tornado indesejável.

Embora muitos clientes tenham a capacidade técnica de julgar o equipamento e a infraestrutura do produtor, a atenção ao fator mais estrutural da "memória futura" - a linguagem - é completamente delegada. Isto é fundamental para a compreensão da

análise presente. Esta "brandização" dos filmes de casamento levou a uma linguagem altamente padronizada e cada empresa tem uma proposta linguística específica para os seus clientes. Os produtores que trabalham para as elites econômicas normalmente adotam uma língua semelhante para os seus trailers, que difere da língua utilizada para outros grupos sociais.

Proponho duas montagens escritas de algumas cenas extraídas de uma análise de curtas-metragens. Estas narrações não são filmes em si, mas uma composição etnográfica (Stewart, 2007) de fragmentos encontrados através da visualização de centenas de filmes. Esta narração permitir-nos-á destacar alguns padrões e propor ao leitor uma transcrição do material sensível. Os locais para estas montagens são algumas das salas de recepção mais exclusivas do Recife metropolitano.

A primeira montagem começa com a voz-off do pastor, que enfatiza a importância da instituição do casamento. Vemos um convite para o casamento. Vemos uma janela a olhar para o oceano e um vestido de noiva pendurado nele, seguido de um grande plano dos olhos da noiva. As imagens mostram a casa da noiva, alternando *close-ups* da noiva com imagens de sapatos, perfumes e roupas. A noiva entrevistada diz que "ele é o homem da minha vida" e fala do seu orgulho nele e na sua família. A voz-off do pastor regressa e nós entramos na casa do noivo. Vemo-lo a vestir-se.

Recorrentes aqui são os grandes planos que realçam a profunda relação do noivo com os seus pais, particularmente com o seu pai. Mais raramente, isto acontece com a noiva. Assim que a voz-off do pastor termina o seu discurso, a segunda sequência do filme começa. Num *crescendo*, a edição de um clip musical mostra a cerimônia de casamento. A banda sonora é uma canção de uma banda norte-americana de pop-rock. Vemos os noivos a entrar na igreja. O realizador destaca a comoção dos protagonistas. Aqui é feita uma ampla utilização do drone nas gravações externas e em câmara lenta para os movimentos dos protagonistas. Um aumento do ritmo da música leva-nos à recepção, que tem lugar num museu privado alugado - um dos salões mais exclusivos da região. Aqui os noivos são os protagonistas, mas também encontramos muitos sujeitos que estão envolvidos na festa. Vemos pessoas a dançar e a beber. Uma diminuição do ritmo da música encerra o filme, quando o logotipo vídeo da empresa produtora é exibido.

A segunda montagem abre-se com um tiro ambiental. Estamos num andar alto de um edifício num bairro de classe alta. Vemos várias imagens detalhadas de objetos,

tais como sapatos, anéis e decorações. A noiva aparece ainda a ser maquiada. Ela fala-nos da sua insegurança em ser gravada. A música instrumental que acompanha esta sequência realça o caráter dramático do momento. Um remate atrás da janela mostra-nos a chuva. Este é um vídeo mais longo, de mais de dez minutos. Vemos a mãe do noivo engomar a sua camisa e, em edição paralela, a noiva a chorar enquanto lê uma carta do noivo. A música torna-se mais pacífica e entramos no espaço ainda vazio que irá acolher a cerimônia.

Na segunda sequência do filme, entramos diretamente na cerimônia. A banda sonora é novamente uma canção pop-rock norte-americana. Numa única filmagem, contamos seis profissionais a gravar e fotografar a cerimônia. A linguagem é novamente baseada na linguagem do vídeo musical, sem discursos ou ruídos ambientais. A cerimônia continua assim e após a assinatura do documento, através de um desvanecer para o preto, vemos o noivo a cantar apaixonadamente uma canção à sua noiva. Uma nova canção (outra canção pop-rock cantada em inglês) segue o casal que deixa a cerimônia e leva-nos à recepção. Aqui o ritmo é mais lento do que a sequência da cerimônia. A recepção é retratada como um momento menos intenso e mais descontraído.

A análise da língua é aqui proposta com o objetivo de compreender os processos de produção de significados e significantes para ajudar a compreender como a sociedade das elites do Recife se estabelece ao nível do imaginário. A mobilização simbólica incorporada no tecido fílmico indica evidentemente o capital que é objetivado nos espaços escolhidos e bem expostos. A indústria de casamentos contemporânea (Adrian, 2003) é uma referência que seleciona roupas, lugares e objetos para torná-los constituintes significativos no momento de um casamento.

Os filmes não só procuram mostrar a narração de um "sonho" que é realizado de acordo com os cânones estabelecidos pela sociedade de elite, mas também enfatizam o excepcionalismo de como o "sonho" é realizado. Este excepcionalismo é estabelecido através da construção de uma narrativa visual baseada em cânones dramáticos. Os personagens (os noivos) são caracterizados pela absoluta certeza das suas escolhas que levaram ao casamento. São atores numa narrativa que envolve um contraponto contínuo entre uma aproximação da câmara que procura captar as emoções dos presentes e um olho distante que retrata a grandiosidade da cena.

É importante salientar que o uso praticamente hegemônico deste tipo de narrativa foi impulsionado por novas tecnologias digitais e edição não linear, que, em vez de permitir a exploração de várias possibilidades, impõem um único modelo. Vemos que os modelos estéticos utilizados entre os produtores do Recife ao longo dos últimos oito anos se tornaram mais uniformes no contato com o mercado, o que ajuda a conquistar clientes. Se, por exemplo, os modelos que precederam a introdução da tecnologia DLSR apareceram semelhantes às crônicas baseadas em longas-metragens, as produções mais recentes são videoclips que procuram produzir "grandes casamentos".

Como afirmou um produtor, "o meu objetivo é fazer chorar a noiva", o que recorda a ideia de "emoção melodramática" (Abu Lughod, 2002) que procura produzir subjetividades específicas. O vídeo do casamento pode, portanto, ser considerado um pequeno meio de comunicação (Vailati, 2012) que assume um papel fundamental na formação de uma das instituições fundadoras da ordem nacional brasileira contemporânea, que reifica, como se vê, padrões já constituídos.

A re-instituição de uma sociedade elitista

Esta análise mostra como as práticas de produção e a linguagem dos filmes de casamento são o resultado de uma articulação que necessariamente se liga às relações com outros temas. Tais filmes são fundamentais para analisar as capacidades visuais dos envolvidos, entendendo que a visão é algo que se constrói sobre uma "relação complexa com a hegemonia da rede sociotécnica" (Grasseni, 2007: 2). Os filmes de casamento analisados permitem compreender o círculo ecológico entre um modelo hegemônico de casamento, que é percebido através da visão dos filmes contemplados, e uma visão treinada para este modelo.

Um ponto de partida para este estudo foi considerar a ambiguidade do processo de construção das narrações visuais, que, de fato, se tornam memórias fundamentais de um grupo social e são contraídas de terceiros que normalmente pertencem a um grupo social subordinado. A ideia do "vídeo a pedido" é utilizada para revelar esta ambiguidade, que não se configura como resultado de uma conjuntura contemporânea, mas que marca historicamente a construção das narrativas visuais das elites. A construção das elites tem passado historicamente por "agentes externos como

advogados, criados e escritores" (Marcus, 2000: 15; Vailati, 2024) e, no aspecto visual, por pintores, fotógrafos e realizadores de vídeo. Os videomakers analisados enquadram-se nesta tradição. Como Cohen salienta no seu trabalho clássico sobre a dimensão dramática das novas elites ganenses, "uma elite é forçada a organizar-se de forma particularista, a manter-se em existência, e a melhorar a sua imagem" (Cohen, 1981: XIII).

A conjuntura contemporânea, que envolve uma democratização da produção audiovisual, revela, no entanto, como as elites continuam uma *práxis* que implica renunciar ao controle sobre as suas próprias memórias e delegá-lo no sistema sociotécnico dominante. As estruturas simbólicas mobilizadas nas narrativas visuais tornam-se autônomas (Castoriadis, 1975), enquanto os sujeitos envolvidos aderem a um ideal econômico-estético que permite apenas ligações parciais com o mundo. Desta forma, as elites estão continuamente a reintegrar a sua sociedade. Além disso, a análise linguística dos filmes mostra que estas elites são representadas através de uma tentativa contínua de se apresentarem como únicas e excepcionais, mas geralmente adotando cânones linguísticos altamente padronizados.

Procurei aqui considerar os marcadores sociais de "classe" e "elites", aqui entendidos como uma relação entre grupos com diferentes capitais mediados por uma infraestrutura de produção audiovisual. Os dados mostram-nos relações complexas e ambíguas entre duas classes caracterizadas pela distância e desigualdade, mas também interdependência mútua.

Na sociedade brasileira contemporânea, em que as reflexões e estudos sobre a desigualdade são constantemente atacadas, a perspectiva crítica aqui adotada permite-nos salientar, através de dados informados pela etnografia, a complexidade dos significados contemporâneos das categorias de classe e elites. A janela aberta pelo filme familiar permite-nos aceder a dados relevantes para olhar "para cima" e compreender como estas associações são estabelecidas entre diferentes grupos.

Referências

AASMAN, Susan. Memories (Formerly Known as Home Movies) in the Digital Age. In: RASCAROLI, Laura; YOUNG, Gwenda; MONAHAN, Barry (org.). *Amateur*

Filmmaking: The Home Movie, the Archive, the Web. London; New York, Bloomsbury Academic, 2014. p. 245-256.

ABBINK, Jon; SALVERDA, Tijo (org.). *The anthropology of elites: power, culture, and the complexities of distinction*. London, Springer, 2012.

ABRAHAM, Janaki. *Wedding Videos in North Kerala: Technologies, Rituals, and Ideas about Love and Conjuality*. Visual Anthropology Review, [S.l.], v. 26, n. 2, p. 116-127, 2010.

ABU-LUGHOD, Lila. *Egyptian melodrama—technology of the modern subject*. In: GINSBURG, Lila; ABU-LUGHOD, Lila; LARKIN, Brian (org.). *Media worlds: Anthropology on new terrain*. Berkeley, University of California Press, 2002. p. 15-133.

ADRIAN, Bonnie. *Framing the bride: Globalizing beauty and romance in Taiwan's bridal industry*. Berkeley, University of California Press, 2003.

ARAÚJO, Kátia Medeiros de. *Consumo e reconhecimento social: a valorização do “morar bem” entre novas elites do Recife*. 2006. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. London, Routledge, 2013.

CASTORIADIS, Cornelius. *L'institution imaginaire de la société*. Paris, Seuil, 1975.

CHALFEN, Richard. *Snapshot versions of life*. Madison, University of Wisconsin Press, 1987.

CRAPANZANO, Vincent. *Waiting: the whites of South Africa*. New York, Random House, 1985.

CUEVAS ÁLVAREZ, Efrén (org.). *La casa abierta: el cine doméstico y sus reciclajes contemporáneos*. Madrid, Ocho y Medio, 2010.

DE PINA-CABRAL, João; PEDROSO DE LIMA, Antonia (org.). *Elites: Choice, Leadership and Succession*. Oxford, Berg, 2000.

DURHAM, Deborah. *Youth and the social imagination in Africa: Introduction to parts 1 and 2*. Anthropological Quarterly, [S.l.], v. 73, n. 3, p. 113-120, 2000.

FIGUEIRÔA, Alexandre. *O cinema Super8 em Pernambuco: do lazer doméstico à resistência cultural*. Recife, FUNDARPE, 1994.

FIGUEIRÔA, Alexandre. *Cinema Pernambucano: uma história em ciclos*. Recife, Fundação de Cultura da Cidade do Recife, 2000.

FIGUEIRÔA, Alexandre. *O documentário em Pernambuco no Século XX*. Recife, FASA, 2016.

FOSTER, Lila Silva. *Filmes Domésticos: Uma abordagem a partir do acervo da cinemateca brasileira*. 2010. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2010.

GILBERT, Paul Robert; SKLAIR, Jessica. *Introduction: Ethnographic engagements with global elites*. Focaal, [S.l.], n. 81, p. 1-15, 2018.

GODIO, Matias. *El poder y la mirada en la experiencia audiovisual*. In: VAILATI, Alex; GODIO, Matias; RIAL, Carmen (org.). *Antropologia Visual na Prática*. Florianópolis, Cultura e Barbárie, 2016. p. 25-52.

GRAEBER, David. *Direct action: An ethnography*. Chico, AK Press, 2009.

GRASSEN, Cristina. *Introduction*. In: GRASSEN, Cristina. *Skilled visions: between apprenticeship and standards*. Oxford, Berghahn Books, 2007. p. 1-22.

ISHIZUKA, Karen L.; ZIMMERMANN, Patricia R. (org.). *Mining the Home Movies: Excavations in Histories and Memories*. Berkeley, University of California Press, 2008.

LARKIN, Brian. *The Politics and Poetics of Infrastructure*. Annual Review of Anthropology, [S.l.], v. 42, n. 1, p. 327–343, 2013.

MARCUS, George E. *Elites: Ethnographic Issues*. Albuquerque, University of New Mexico Press, 1983.

MARCUS, George E. *The deep legacies of dynastic subjectivity: The resonances of a famous family identity in private and public sphere*. In: DE PINA-CABRAL, João; PEDROSO DE LIMA, Antonia (org.). *Elites: Choice, Leadership and Succession*. Oxford, Berg, 2000. p. 9-29.

NADER, Laura. *Up the anthropologist—perspectives gained from studying up*. In: HYMES, Dell (org.). *Reinventing Anthropology*. New York, Random House, 1972. p. 284–311.

ODIN, Roger (org.). *Le Film de famille: usage privé, usage public*. Paris, Meridiens Klincksieck, 1995.

PEIXOTO, Clarice Ehlers. *Filme e vídeo de família: das imagens familiares ao registro histórico*. In: PEIXOTO, Clarice Ehlers. *Antropologia & Imagem*. Rio de Janeiro, Garamond, 2011. p. 11-26.

PINNEY, Christopher. A história paralela da Antropologia e da fotografia. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, [S.l.], n. 2, p. 29-52, 1996.

REMOTTI, Francesco. *Cultura: dalla complessità all'impoverimento*. Roma, Laterza, 2014.

SALVERDA, Tijo; SKOVGAARD-SMITH, Irene. *Attribution and contestation: Relations between elites and other social groups*. *Critique of Anthropology*, [S.l.], v. 38, n. 3, p. 1-20, 2018.

SIMONI, Paolo. *La nascita di un archivio per il cinema amatoriale: il caso dell'Associazione Home Movies*. *Comunicazioni Sociali*, [S.l.], n. 3, p. 1-7, 2005.

STAR, Susan Leigh. *The Ethnography of Infrastructure*. *American Behavioral Scientist*, [S.l.], v. 43, n. 3, p. 377–391, 1999.

STEWART, Kathleen. *Ordinary affects*. Durham, Duke University Press, 2007.

TOMASELLI, Keyan G. *Appropriating images: The semiotics of visual representation*. Walnut Creek, Left Coast Press, 1996.

TRUFFAUT, François. *O prazer dos olhos: textos sobre o cinema*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2006.

VAILATI, Alex. *O campo das elites. Percursos etnográficos para a exposição da desigualdade*. Rio de Janeiro, Papéis selvagens, 2024

VAILATI, Alex; GODIO, Matias; RIAL, Carmen (org.). *Antropologia Visual na Prática*. Florianópolis, Cultura e Barbárie, 2016.

VAILATI, Alex. *Seeing in distance: video production among rural South African youth*. Visual Anthropology, [S.l.], v. 27, n. 1-2, p. 91-104, 2014.

VAILATI, Alex. *New arenas for small media: towards an ethnological exploration of family cinema*. Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology, [S.l.], v. 9, n. 2, p. 253-271, 2012.

ZIMMERMAN, Patricia R. *Reel Families: A social history of amateur films*. Bloomington, Indiana University Press, 1995.