



A Fotografia no Universo Familiar como Expressão da Cultura Material e do Consumo

Photography in the Family Universe as an Expression of Material Culture and Consumption

La Fotografía en el Universo Familiar como Expresión de Cultura Material y Consumo

 10.5020/2318-0722.2025.31.e17359

Ligia Boeze  

Graduada em Administração e mestre em Administração, com ênfase em Marketing, pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Desenvolve, atualmente, atividades profissionais na área da fotografia. Seus interesses acadêmicos e profissionais concentram-se nas áreas de marketing e cultura de consumo, com ênfase nos significados do consumo de fotografia.

Francisco Giovanni David Vieira  

Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Atualmente é membro do GIPEM (Grupo Interdisciplinar de Pesquisas e Estudos em Marketing – UEM/CNPq), e exerce trabalho voluntário como editor-executivo da RIMAR – Revista Interdisciplinar de Marketing.

Vitor Koki da Costa Nogami  

Administração e Contabilidade (FEA) da Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é professor adjunto da Universidade Estadual de Maringá (UEM), onde atua no Departamento de Administração (DAD) e no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPA). É coordenador do curso de MBA em Gestão e Desempenho Empresarial (UEM), coordenador do GIPEM (Grupo Interdisciplinar de Pesquisas e Estudos em Marketing - UEM/CNPq), e editor-chefe da RIMAR - Revista Interdisciplinar de Marketing.

Resumo

Este estudo tem como objetivo compreender como o consumo de fotografias em sua condição material se articula no universo familiar. Para tanto, utiliza-se a Teoria da Cultura do Consumidor, apoiada em discussões sobre a Cultura Material entendida como artefatos que envolvem uma relação sujeito-objeto, aqui especificamente entre famílias e fotografias. Nesse sentido, adota-se uma perspectiva qualitativa e interpretativista, utilizando entrevistas, observações e fotografias como técnicas de coleta de dados, realizadas por meio de trabalho de campo com as famílias. Os procedimentos de análise dos dados envolveram análise de conteúdo. As principais conclusões referem-se aos artefatos através dos quais as famílias armazenam as fotografias, nomeadamente: caixas de sapatos, álbuns, porta-retratos e fotografias emolduradas, indicando que as fotografias impressas possuem materialidade não só em si mesmas, mas também através dos locais onde são guardadas, servindo como portadoras de histórias ou como elementos de decoração do ambiente familiar.

Palavras-chave: cultura de consumo, cultura material, fotografia.

Abstract

This study aims to understand how the consumption of photographs in their material condition is articulated within the family universe. To this end, Consumer Culture Theory is employed, supported by discussions on Material Culture understood as artifacts that involve a subject-object relationship, here specifically between families and photographs. Accordingly, a qualitative and interpretivist perspective is adopted, using interviews, observations, and photographs as data collection techniques, conducted through fieldwork with families. Data analysis procedures involved content analysis. The main findings concern the artifacts through which families store photographs, namely: shoeboxes, albums, picture frames, and framed photographs, indicating that printed photographs possess materiality not only in themselves but also through the places in which they are kept, serving as carriers of stories or as elements of decoration within the family environment.

Keywords: consumer culture, material culture, photography.

Resumen

Este estudio tiene como objetivo comprender cómo se dinamiza el consumo de fotografías en su condición material en el universo familiar. Para ello, se articuló la Teoría de la Cultura de Consumo con la discusión sobre Cultura Material para analizar los artefactos que implican una relación sujeto-objeto, en este caso, especialmente entre familias y fotografías. Se adoptaron perspectivas cualitativa e interpretativista; además, las entrevistas, las observaciones y las fotografías se utilizaron como técnicas de recolección, aplicadas mediante un trabajo de campo con familias. En cuanto al procedimiento de análisis, se utilizó el análisis de contenido. Los principales resultados encontrados consistieron en los artefactos utilizados por las familias para almacenar las fotografías, tales como cajas de zapatos, álbumes, portarretratos y cuadros. Se constató que las fotografías impresas poseen materialidad no solo por sí mismas, sino también por los lugares donde se guardan, y sirven como repositorios de historias o como decoración del entorno familiar.

Palabras clave: cultura de consumo, cultura material, fotografía.

Introdução

Cada fotografia carrega em si um conjunto de informações — como aparências, pertences, vestimentas e lugares — aberto à interpretação (Kossoy, 2001). No exercício constante de recuperar sua forma de presença em um determinado contexto, a fotografia representa a visualização de parte de uma história que é interpretada com base nas experiências e na bagagem cultural de quem a observa.

Inicialmente, a fotografia restringia-se a um grupo seleto de pessoas, devido ao conhecimento técnico exigido e ao seu alto custo. Gradualmente, ela passou a integrar a vida social e deixou marcas de significados importantes em cada contexto biográfico, seja como forma de documentação, de divulgação de notícias ou de representação familiar (Mauad, 1996). Nos últimos anos, os avanços tecnológicos trouxeram uma transformação profunda, à medida que a fotografia se popularizou amplamente e possibilitou o registro de praticamente qualquer momento que um indivíduo considere que vale a pena capturar (Souza & Neves, 2018; Pérez, 2022; Niese et al., 2024).

A fotografia é um artefato por meio do qual é possível identificar características da época em que foi produzida, como a temática e a tecnologia, bem como informações referentes ao espaço-tempo retratado. Se a cultura material pode ser descrita textualmente, ela também pode ser expressa por meio de fotografias, que podem até revelar aspectos não captados pela escrita (Soilo, 2012). Assim, a cultura material pode ser considerada sinônimo de artefatos, no sentido de abarcar o vasto universo de objetos utilizados pelos indivíduos para lidar com o mundo, relacionar-se socialmente e compreender a sua própria história. (Hicks, 2010).

Neste estudo, a expressão “condição material da fotografia” refere-se à fotografia como objeto físico — isto é, fotografias impressas incorporadas a práticas cotidianas de armazenamento, exposição, circulação e preservação no espaço doméstico. Ao enfatizar essa condição material, o foco analítico desloca-se da fotografia entendida exclusivamente como imagem ou representação para sua existência concreta enquanto artefato de consumo, inserido nas relações familiares, na construção da memória e nas práticas culturais cotidianas.

Segundo Schroeder (1998), a fotografia é uma importante forma de compreender os consumidores, tanto através de suas histórias de vida quanto como meio de transmissão de informações sobre o mundo. Para o autor, a prática da fotografia integra o comportamento do consumidor não apenas por meio da compra de equipamentos fotográficos, mas também pelos atos de fotografar, classificar e selecionar imagens para álbuns e porta-retratos, mostrá-las a outras pessoas e visualizar fotografias feitas por outros.

Apesar da consolidação de estudos que abordam a fotografia no âmbito da cultura visual e do consumo simbólico, grande parte dessa literatura privilegia a fotografia como imagem, linguagem ou representação, dedicando menos atenção à sua condição de objeto material inserido em práticas cotidianas. Em particular, existe uma lacuna na compreensão da fotografia impressa como um artefato de consumo no universo familiar — isto é, como um objeto que circula, é armazenado, exibido, selecionado e ressignificado ao longo do tempo, articulando memória, moralidade e relações familiares. Consequentemente, a dinâmica pela qual a materialidade da fotografia participa da constituição da vida familiar e das práticas de consumo associadas permanece pouco explorada.

Nesse contexto, o presente estudo se guia pela seguinte questão de pesquisa: como as famílias se relacionam com a fotografia em sua condição material, ou seja, com a fotografia impressa, e como essa relação se articula com as práticas de consumo, a memória e a cultura material no universo familiar? Para abordar essa questão, o estudo adota a perspectiva da CCT (Teoria da Cultura do Consumo), apoiada em discussões sobre Cultura Material. (Arnould & Thompson, 2005; Miller, 2013). Assim, o objetivo deste estudo é compreender como o consumo de fotografias em sua condição material se articula no universo familiar, considerando as práticas de armazenamento, circulação e exposição desses artefatos, bem como os significados, as memórias e as relações familiares a eles associados.

A originalidade deste estudo reside em abordar a fotografia não apenas como imagem ou representação simbólica, mas como um objeto material de consumo que participa ativamente da organização da vida familiar. Ao deslocar o foco analítico para a materialidade das fotografias impressas e para as suas práticas de circulação, armazenamento e exposição no espaço doméstico, o estudo amplia a compreensão das dinâmicas familiares sob uma perspectiva de consumo. Do ponto de vista teórico, a pesquisa dialoga diretamente com a Teoria da Cultura do Consumidor ao demonstrar como objetos comuns, inseridos em contextos cotidianos, contribuem para a construção de significados, memórias e relações sociais. Além disso, o estudo possui relevância social ao lançar luz sobre práticas familiares frequentemente naturalizadas, mas centrais para compreender como indivíduos e famílias lidam com memória, identidade e pertencimento ao longo do tempo. Dessa forma, o estudo contribui para a CCT e para os estudos de cultura material ao destacar como a materialidade da fotografia estrutura práticas de consumo, a memória e as relações familiares.

Por fim, sob uma perspectiva metodológica, este estudo adota uma abordagem qualitativa e interpretativista, baseada em entrevistas e no uso de fotografias, com o objetivo de compreender as práticas e os significados associados à fotografia no contexto familiar.

Fundamentação Teórica

A Teoria da Cultura do Consumo (CCT) é influenciada principalmente pela antropologia cultural e considera a realidade sociocultural, enfatizando a subjetividade humana e as dimensões simbólicas das relações sociais (Gaião et al., 2012). Ela explora a “heterogeneidade da distribuição de significados e a multiplicidade de agrupamentos culturais que se sobrepõem e coexistem no contexto socio-histórico mais amplo da globalização” (Casotti & Suarez, 2016, p. 355). O consumo articula objetos e seres humanos, oferecendo um meio de compreender o mundo. Por meio do consumo, a cultura se expressa em ideais, estilos de vida, princípios e identidades sociais. A cultura molda as experiências do cotidiano, e os códigos culturais conferem coerência às práticas e ao consumo (Rocha, 2000).

Dentro da Teoria da Cultura do Consumidor (Arnould & Thompson, 2005), este estudo se envolve mais diretamente com investigações que enfatizam o padrão sócio histórico do consumo, examinando como as práticas de consumo associadas à fotografia são constituídas e transformadas ao longo do tempo no contexto familiar. Ao mesmo tempo, o estudo mantém proximidade com pesquisas sobre projetos de identidade do consumidor, na medida em que a materialidade da fotografia participa da construção de memórias, identidades e relações familiares. Esse posicionamento transversal reflete o caráter interpretativo da investigação e a natureza relacional dos fenômenos analisados.

A cultura pode ser entendida como um conjunto de práticas por meio das quais os indivíduos se orientam no mundo. A cultura material, por sua vez, compreende o conjunto de objetos — criados ou não por indivíduos — que são dotados de significado por meio de práticas e que, simultaneamente, ajudam a conferir sentido a essas mesmas práticas (Sassatelli, 2007). Para Ferreira e Scaraboto (2016), consumidores e objetos são elementos co-constitutivos em sua relação, por meio de um processo dialético. A materialidade é capaz de conectar e transformar objetos e consumidores simultaneamente. A cultura material inclui objetos que fazem parte de um conjunto de significados abertos, os quais requerem agentes para se tornarem significativos (Sassatelli, 2007).

No século XX, o termo “cultura material” surgiu de uma interseção entre as disciplinas de arqueologia e antropologia. No final do século XIX, houve uma preocupação com a análise de objetos, conferindo-lhes um papel central como meio de documentar o passado, compreender o presente e vislumbrar o futuro. No início do século XX, os interesses antropológicos deslocaram-se dos objetos para um envolvimento mais próximo com sociedades vivas, por meio do trabalho de campo (Hicks, 2010).

Segundo Hicks (2010), no final da década de 1980, houve uma mudança conceitual da tecnologia para a cultura material em resposta às abordagens estruturalistas, com o objetivo de unir estrutura e significado em uma única análise. Na mesma década, Daniel Miller conceituou os estudos de cultura material como uma antropologia social do consumo. Assim, discutir a cultura material é uma forma de alinhar a CCT aos estudos antropológicos (Arnould & Thompson, 2007; Miller, 1987).

Miller (1987) mostra que a preocupação em focar na materialidade não está imune a críticas. Uma crítica ao materialismo é que indivíduos ou relacionamentos puros são contaminados por objetos. No entanto, o autor argumenta que a questão moral do consumo não deve ser confundida com o ato de consumir em si, uma vez que as pessoas sempre consumiram o que era produzido por elas mesmas ou por outros. Nesse sentido, uma abordagem baseada na cultura material implica uma compreensão profunda e não simplificada da humanidade. O foco não recai sobre os objetos em si, mas sobre a dualidade sujeito-objeto (Miller, 1987). A cultura material pode ser considerada sinônimo de artefatos, no sentido de abranger o extenso universo de objetos utilizados pelos indivíduos para lidar com o mundo, relacionar-se socialmente e compreender sua própria mente (Hicks, 2010).

Se a cultura material pode ser descrita textualmente, ela também pode ser expressa por meio de fotografias, as quais podem até mesmo revelar aspectos não evidenciados pela escrita (Soilo, 2012). A fotografia é um artefato por meio do qual é possível identificar características da época em que foi produzida — como a temática e a tecnologia —, bem como informações referentes ao espaço-tempo retratado. É, simultaneamente, objeto e imagem: objeto enquanto materialidade física e imagem enquanto representação singular (Kossoy, 2001).

Segundo Soilo (2012), as fotografias representam modos de vida, rituais e memórias, e possibilitam a compreensão da cultura material e de suas transformações ao longo do tempo. As histórias construídas a partir de fotografias são constituídas tanto pelo conteúdo do momento registrado quanto pelos vínculos sociais e afetivos que lhes conferem sentido no cotidiano (Santos, 2016). As fotografias são artefatos que carregam as memórias de um indivíduo ou grupo, mobilizando emoções e vínculos associados a esses objetos (Belk, 2014).

As contribuições mobilizadas neste estudo provêm de tradições disciplinares distintas, mas estabelecem um diálogo complementar na construção do argumento teórico. Miller (1987) fornece uma base antropológica para a compreensão da relação constitutiva entre sujeitos e objetos, enquanto Hicks (2010) contribui para a historicização e a consolidação epistemológica dos estudos da cultura material. Belk (2014) aproxima essas discussões do campo do consumo ao destacar o papel dos objetos na construção da memória, da identidade e de vínculos afetivos. Soilo (2012), por sua vez, enfatiza o potencial da fotografia como um meio privilegiado de acesso a dimensões da cultura material que nem sempre são reveladas pela escrita. A articulação dessas perspectivas fundamenta a análise da fotografia como artefato material no contexto familiar.

A inter-relação entre a Teoria da Cultura do Consumo e os estudos da cultura material tem sido explorada em pesquisas que analisam artefatos domésticos como mediadores centrais das relações sociais e das práticas de consumo. Estudos clássicos, como os de Wallendorf e Arnould (1988) e Arnould e Price (1993), já demonstravam como objetos e experiências materialmente situados participam da construção de vínculos, significados e formas de pertencimento. Mais especificamente, Epp e Price (2008) mostram como artefatos familiares inseridos no espaço doméstico organizam narrativas, memórias e relações ao longo do tempo, articulando consumo, materialidade e vida familiar. Mais recentemente, Belk et al. (2016) reforçam essa convergência ao destacar o papel da cultura material na compreensão de fenômenos de consumo, mostrando como objetos cotidianos participam ativamente da constituição da vida social. Estes estudos corroboram a relevância de investigar a fotografia como artefato material no contexto familiar, em diálogo direto com a CCT.

Por meio da fotografia, momentos do passado registrados em imagens podem ser revisitados como uma forma de lembrar experiências vividas. Ao narrar uma imagem, o discurso possibilita a mobilização de memórias e emoções associadas a esses registros. (Kossoy, 2001).

Nessa mesma linha, Schroeder (1998) argumenta que falar sobre uma imagem implica relacioná-la à visão de mundo que ela representa. A interpretação da fotografia resulta do enquadramento produzido pelo fotógrafo e da bagagem cultural do observador, estando estreitamente relacionada aos valores e aos contextos sociais e históricos em que a imagem foi produzida e apropriada (Kossoy, 2001; Soilo, 2012).

A interpretação de imagens depende do contexto histórico e das relações sociais envolvidas, uma vez que as fotografias guardam registros de experiências vividas que permanecem como memória presente (Mauad, 1996). A fotografia integra, assim, um conjunto de objetos — como móveis, livros, roupas e cartas — capazes de evocar uma sensação do passado por meio de sua associação com pessoas e momentos significativos (Belk, 2014).

Hoje, os adultos podem visualizar com maior precisão a aparência de seus pais e avós quando crianças — algo que não ocorria antes da invenção da câmera, quando os registros visuais eram restritos e frequentemente associados à reafirmação de posições sociais. Com a popularização das câmeras, tornou-se comum ter várias fotografias referentes a diferentes fases da vida (Sontag, 2004).

Os conceitos mobilizados pela literatura sobre fotografia embasam diretamente a análise empírica desenvolvida neste estudo. Compreender a fotografia tanto como objeto quanto como imagem (Kossoy, 2001) possibilita examinar simultaneamente sua materialidade e seus significados simbólicos no cotidiano familiar. As contribuições de Sontag (2004) e Mauad (1996), ao enfatizarem a relação entre fotografia, memória e contexto histórico, embasam a interpretação das narrativas associadas às imagens, demonstrando como os registros visuais participam da construção de memórias, afetos e significados ao longo do tempo. Assim, essas referências teóricas funcionam como lentes analíticas para a leitura das práticas empíricas e dos discursos investigados.

A fotografia surgiu há quase dois séculos, o que motiva uma investigação sobre como a relação entre consumidores e fotografias, especialmente no contexto familiar, foi construída ao longo do tempo, considerando sujeitos e objetos como elementos mutuamente relacionados e não estáticos. Neste estudo, a família é entendida como um espaço relacional no qual símbolos, valores, crenças e narrativas são compartilhados, dando sentido à experiência cotidiana (Silveira, 2000; Fonseca, 2004). É nesse ambiente que a memória assume um caráter compartilhado, sendo continuamente construída, negociada e transmitida por meio de práticas e artefatos materiais. À medida que circulam no seio das famílias, as fotografias funcionam como suportes privilegiados dessa memória compartilhada, articulando experiências individuais e narrativas familiares mais amplas, possibilitando a apreensão de modos de vida e a compreensão da cultura material e de suas transformações ao longo do tempo.

Os conceitos mobilizados ao longo deste referencial teórico não são concebidos como elementos isolados nem organizados em um modelo *a priori*, mas articulam-se em torno de um eixo interpretativo comum. A fotografia é compreendida como um artefato material inserido em práticas sociais, por meio do qual o consumo, a memória e as relações familiares se articulam em contextos historicamente situados. Quando armazenadas, organizadas, exibidas e narradas no cotidiano doméstico, as fotografias integram práticas de consumo ordinárias que estruturam os laços familiares e os sentidos de pertencimento ao longo do tempo. Essa articulação orienta a análise empírica

desenvolvida no estudo, possibilitando a construção de interpretações situadas por meio de um diálogo contínuo entre teoria e dados, em consonância com a abordagem qualitativa e interpretativista adotada.

Procedimentos metodológicos

Ao buscar compreender um fenômeno mais profundamente através da lente da Teoria da Cultura do Consumidor, esta pesquisa foi conduzida a partir de uma epistemologia interpretativista de natureza qualitativa (Ayrosa & Sauerbronn, 2004; Vieira, 2013). Sob essa perspectiva, a construção de sentido ocorre por meio da interpretação contextualizada de discursos e práticas observados, reconhecendo-se o papel ativo do pesquisador como mediador analítico no processo de compreensão do fenômeno em investigação. Assim, os achados não são tratados como reflexos objetivos da realidade, mas como interpretações situadas, construídas por meio de um diálogo contínuo entre dados empíricos e o referencial teórico. Em consonância com abordagens qualitativas interpretativistas, foram adotadas estratégias como a triangulação de diferentes fontes de dados, a produção de descrições densas e o reconhecimento explícito das limitações da pesquisa (Creswell, 2007). Para garantir a coerência e a robustez interpretativas, foram empregadas três técnicas de coleta de dados: entrevistas em profundidade, observação do contexto doméstico e o uso de fotografias. As entrevistas permitiram acessar os significados atribuídos pelos participantes a fotografias e memórias familiares; a observação contribuiu para a compreensão das práticas de armazenamento, exposição e circulação desses artefatos no cotidiano; e as fotografias funcionaram simultaneamente como objetos empíricos e como dispositivos de evocação narrativa, sendo mobilizadas durante as entrevistas para aprofundar os relatos dos participantes. Foram realizadas 12 entrevistas com 6 famílias, envolvendo 8 mulheres e 4 homens entrevistados individualmente. Os vínculos entre os entrevistados eram de consanguinidade, envolvendo pais e seus filhos ou filhas que residiam no mesmo domicílio.

O número de entrevistas foi determinado com base no critério de saturação analítica (Saunders et al., 2018), entendido como o ponto em que os relatos passaram a apresentar recorrência de temas, práticas e significados relacionados à materialidade das fotografias no contexto familiar, sem o surgimento de novos elementos relevantes para os objetivos da pesquisa. A coleta de dados foi encerrada quando se observou que entrevistas adicionais contribuíam principalmente para aprofundar interpretações já identificadas, reforçando, assim, a suficiência analítica do material empírico para a construção das análises propostas.

O perfil dos participantes é apresentado na Tabela 1, utilizando-se nomes fictícios para preservar a identidade dos entrevistados.

Tabela 1

Perfil geral dos participantes da pesquisa

Família	Parentesco	Nome	Idade	Ocupação
1	Mae	Mariele	67	Professora aposentada
1	Filha	Patrícia	39	Terapeuta
2	Mae	Luisa	62	Aposentada
2	Filho	Lorenzo	25	Psicóloga
3	Mae	Amanda	51	Empresária
3	Filha	Anita	21	Estudante
4	Mae	Natalia	61	Empresária
4	Filho	Luan	30	Corretor de seguros
5	Pai	Vitor	51	Porteiro
5	Filho	Daniel	24	Estudante
6	Mae	Sara	56	Professora
6	Filha	Helen	26	Advogada

Fonte: pesquisa de dados

As informações apresentadas na Tabela 1 são de natureza descritiva e visam situar o perfil geral dos participantes. Variáveis como renda familiar ou localização geográfica não nortearam o desenho da pesquisa nem a análise dos dados, uma vez que o foco do estudo reside na compreensão das práticas e dos significados associados à fotografia no universo familiar, e não em explicar variações culturais com base em critérios socioeconômicos ou territoriais.

A pesquisa qualitativa é uma experiência de envolvimento direto com os participantes (Pinto & Batinga, 2023). Assim, o processo de entrar nas casas das famílias e visualizar fotografias que podiam ser íntimas envolvia uma questão de confiança. Nesse sentido, a forma mais adequada de abordar as famílias envolvia a apresentação por meio de um intermediário.

Quanto aos critérios de seleção, com base na compreensão do consumo de fotografias como um fenômeno sociocultural, pressupõe-se que as circunstâncias do entorno são relevantes e afetam diretamente o campo. Assim,

utilizou-se um resumo cronológico da história da fotografia para estabelecer critérios de seleção das famílias. Desde a invenção da fotografia, em 1839, até meados da década de 1980, a fotografia tornou-se gradualmente presente na vida social, embora tenha passado por poucos avanços tecnológicos. A câmera permaneceu analógica durante todo esse período, sendo a impressão em preto e branco a mais comum, pois, apesar do surgimento do filme colorido em 1907, seu custo permaneceu elevado até a década de 1970. Na transição da década de 1980 para a década de 2000, um marco importante foi a invenção da câmera digital, que transformou a dinâmica da imagem do filme para o sensor (Humayun & Belk, 2020). Nos últimos 25 anos, o acesso à fotografia expandiu-se através de câmeras compactas e telefones móveis equipados com câmeras, juntamente com o surgimento da Internet e das redes sociais virtuais.

Essa síntese possibilitou visualizar as principais mudanças tecnológicas ao longo do tempo. Embora o foco da pesquisa não seja as questões tecnológicas, essa observação é relevante para destacar que as imagens materializadas encontradas em campo difeririam em função da própria tecnologia. Assim, o estudo buscou famílias com pelo menos uma pessoa nascida antes de 1980 e outra depois de 1980, visando encontrar registros de indivíduos que vivenciaram diferentes momentos da história da fotografia. Além disso, exigia-se que as famílias possuísem, no mínimo, algum tipo de registro de material armazenado. Aqui, entende-se por material aquilo que é tangível e físico.

O critério geracional adotado visava assegurar a presença, no campo empírico, de diferentes experiências históricas com a fotografia e de distintas materialidades a ela associadas, em vez de orientar comparações analíticas entre gerações. A análise dos dados foi realizada de forma transversal, buscando compreender como o consumo de fotografias, em sua dimensão material, se articula no universo familiar, independentemente de distinções geracionais específicas.

O trabalho de campo foi realizado nas residências das famílias, mediante agendamento prévio. As entrevistas em profundidade foram guiadas por um roteiro semiestruturado. Foram realizadas observações e gravações em áudio dos relatos dos participantes, bem como fotografias com o consentimento deles, a fim de captar informações que auxiliassem no desenvolvimento da pesquisa.

Quanto à análise de dados, empregou-se a análise de conteúdo segundo Bardin (1979), adotada como estratégia interpretativa para organizar e tornar inteligível o material empírico. O processo analítico seguiu as etapas propostas pelo autor — que incluem pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados, inferência e interpretação —, de maneira não mecanicista e em diálogo contínuo com o referencial teórico do estudo.

O software Atlas.ti foi utilizado como ferramenta de apoio para a organização e sistematização do material empírico, sem finalidades automatizadas ou inferenciais. As transcrições das 12 entrevistas foram carregadas no software e codificadas de forma interpretativa, resultando em quatro códigos analíticos centrais: dispositivos de gravação, evento de gravação, objeto de gravação e meio de gravação. Esses códigos permitiram a organização de recorrências temáticas relacionadas à materialidade da fotografia no contexto familiar, apoiando o processo interpretativo conduzido pelos pesquisadores. A análise não se baseou em métricas de frequência ou de co-ocorrência, mas na interpretação contextualizada de trechos codificados, em diálogo com o referencial teórico adotado. Inferências analíticas foram construídas por meio da leitura interpretativa dos trechos codificados, articuladas com a teoria e exemplificadas e desenvolvidas na seção de resultados.

A etapa de pré-análise consistiu na coleta e organização do material, que foi posteriormente sistematizado. Assim, as entrevistas gravadas foram transcritas no Word for Windows e combinadas com fotografias. Em outras palavras, enquanto as gravações de áudio eram transcritas, as fotografias eram inseridas simultaneamente nos momentos em que eram mencionadas nas falas dos participantes.

Segundo Bardin (1979), a codificação envolve transformar dados brutos em unidades de significado, agregando informações com base em palavras, temas, objetos, personagens, eventos ou documentos. Neste estudo, as unidades de análise foram codificadas com base em temas referentes aos locais onde as fotografias estavam armazenadas.

Em seguida, surgiram categorias dentro de cada código com base na frequência e na homogeneidade, a saber: caixa de sapatos, álbum, porta-retratos e fotografia em moldura. Segundo Bardin (1979, p. 117), “classificar elementos em categorias requer investigar o que cada um tem em comum com os outros, o que permite agrupá-los.”

Por fim, a terceira etapa do processo de análise de conteúdo envolveu a construção de reflexões embasadas em materiais empíricos e orientadas pela fundamentação teórica do estudo. Com base na cultura material, estabelecida por meio da relação sujeito-objeto, a discussão abordou o consumo de fotografias no universo familiar, a fim de alcançar o objetivo proposto. Conforme mencionado anteriormente, todos os nomes apresentados são fictícios, a fim de preservar o sigilo. A análise de conteúdo mostrou-se adequada aos objetivos do estudo, ao permitir a articulação entre a sistematização do material empírico e a interpretação dos significados atribuídos às práticas e aos artefatos fotográficos no contexto familiar.

Quanto aos aspectos éticos da pesquisa, todas as famílias participantes foram previamente informadas sobre a coleta e o uso de fotografias como parte do material empírico e autorizaram sua utilização para fins acadêmicos. As imagens foram tratadas como artefatos materiais e analisadas em seu contexto doméstico, evitando-se qualquer identificação direta dos participantes. Não foram utilizadas fotografias que expusessem rostos ou permitissem o reconhecimento de indivíduos, a fim de preservar o anonimato e a privacidade.

Figura 1*Trajatória metodológica do estudo*

Resultados e Discussão

Com a disseminação das câmeras digitais e dos telefones celulares apenas no século XXI, a fotografia deixou de depender da revelação para poder ser visualizada. Assim, a maioria das fotografias encontradas nas casas das famílias corresponde a registros feitos com câmeras analógicas, produzidos em uma época em que a fotografia estava presente no cotidiano familiar predominantemente em sua forma material — isto é, impressa. É nessas fotografias impressas que este estudo se concentra.

As imagens, no entanto, não foram analisadas segundo critérios estéticos ou composicionais, mas compreendidas como artefatos materiais inseridos em práticas sociais, com o interesse analítico voltado para seus significados, usos e formas de circulação no universo familiar. Em campo, foram observados alguns artefatos recorrentes por meio dos quais as famílias guardam essas fotografias, a saber: caixa de sapatos, álbum, porta-retratos e fotografia em moldura.

A caixa de sapatos parece não ter regras. O que couber dentro, vai para dentro. Quando as famílias as pegam, não sabem exatamente o que vão encontrar, já que existem várias caixas de cores e marcas de calçados diferentes. Não é como um álbum, por exemplo, que pode ter uma capa distinta identificando seu conteúdo. No entanto, as famílias reviveram muitas emoções assim que entraram em contato com as fotografias ali guardadas.

Várias das famílias entrevistadas utilizam esse objeto para guardar álbuns ou fotografias impressas avulsas. Originalmente destinada a acomodar calçados, a caixa parece desempenhar uma função melhor e mais duradoura no interior dos armários das famílias, onde guarda histórias. A caixa de sapatos, feita de papelão e de formato retangular, estava presente em quase todas as famílias entrevistadas, como se pode observar na Figura 2.

Figura 2*Caixa de sapatos com fotografias impressas soltas*

Fonte: pesquisa de campo

Sob uma perspectiva interpretativa, a caixa de sapatos constitui um artefato marcado pela ausência de uma curadoria formal da memória familiar. Diferentemente de outros suportes, ela não organiza as fotografias segundo uma lógica linear ou celebratória, mas abriga registros dispersos acumulados ao longo do tempo, frequentemente esquecidos e redescobertos de forma contingente. Nesse sentido, a caixa de sapatos não apenas armazena imagens, mas também produz encontros fortuitos com o passado, despertando memórias e emoções que escapam ao controle narrativo exercido por suportes mais estruturados. Sua materialidade revela um modo de consumo fotográfico associado à espontaneidade, à informalidade e à suspensão temporária da ordem memorial. Esta forma de relação com a fotografia lembra o entendimento de Miller (1987) de que os objetos do cotidiano não refletem apenas significados, mas participam ativamente na constituição de relações sociais e morais, muitas vezes operando fora de regimes formais de ordenação e controle.

Além de serem mantidos dentro de caixas de sapato, os álbuns também são guardados fora delas, principalmente em armários. O álbum é um objeto que oferece espaço para a colocação de fotografias em seu interior, contando com uma capa que protege as imagens. Os álbuns encontrados no trabalho de campo apresentavam formatos e tamanhos variados. Alguns eram produzidos diretamente por profissionais, como álbuns de formatura, de casamento e de sessões de fotos em casa. As fotografias já vêm impressas diretamente na página ou coladas nela, o que não permite que a própria família faça alterações. Mesmo sem ter a possibilidade de organizar o álbum segundo a sua própria lógica, ele ainda representa algo que se pretendia registrar, visto que houve a intervenção de outra pessoa — um fotógrafo profissional contratado para esse fim —, como se pode observar na Figura 3. Quando os álbuns foram abertos, muitas narrativas surgiram prontamente. Cada fotografia contém um conjunto de informações sobre algo do passado. (Kossoy, 2001).

Figura 3

Álbum com fotografias infantis produzido por um profissional.



Fonte: pesquisa de campo

Patrícia, de 39 anos, mostrou o álbum de gravidez (Figura 4) de seu único filho, que tinha 8 anos na época da entrevista. Tratava-se de um ensaio fotográfico no qual ela aparece com o pai da criança. No entanto, ela não mantém mais um relacionamento amoroso com ele e disse que guarda o álbum apenas para que sirva de registro para o filho. Afinal, ambos sempre terão o mesmo papel na vida da criança: o de mãe e pai.

O álbum de gravidez será passado de uma geração para a outra. Ele ajudará, de certa forma, a contar uma história da qual o filho participou, mas da qual não se lembra. Ele verá, por exemplo, seus pais juntos e felizes, registrando o momento de sua espera. Para que essas fotografias estejam lá, elas foram tiradas e/ou selecionadas por um membro da família. Isso implica a formação de uma memória para as crianças com base em seleções feitas por outras pessoas, as quais, assim, se tornam uma forma importante de representar a vida familiar a partir de uma perspectiva específica — como a da mãe, do pai, dos avós, e assim por diante (Schroeder, 1998). Além disso, os álbuns parecem ser artefatos transmitidos de geração em geração.

"Ah... Era muito mais simples naquela época, agora eles fazem algo super elaborado. Mas é com o meu ex, né? [risos]. Ah, mas vai ficar para o Ronaldo [filho], né? Nossa, meu rosto, eu estava horrível. Vai ser uma lembrança para ele. Sim, vai ser para ele. Eu guardo por causa dele, sabe?" (Patrícia, 39 anos)

Figura 4*Álbum com fotos de gravidez*

Fonte pesquisa de campo

Sara, de 56 anos, também registrou todo o processo de sua gravidez, organizado em um álbum personalizado que ela mesma montou, desde as ultrassonografias até as visitas após o nascimento de sua filha, como ela relatou: “Aqui está outro ultrassom, estou mais avançada na gravidez... Nesta aqui somos nós no hospital... e está aqui embaixo, no hospital, é a tia dela, que veio visitá-la.” Juntamente com as fotografias (Figura 5), ela acrescentou anotações como forma de alimentar a história que estava sendo construída e enriquecer ainda mais a narrativa: “Mamãe, papai e a vovó já sabem: sou menina”; “Uau, que barrigão! Já estou quase chegando”; “Já cheguei; o tio Nelson ajudou, ele foi um grande amigo!!!”; “Que família linda!”; “A tia Rô foi minha primeira visita”; “Estou no meu quartinho.”

As fotografias (Figura 6) contêm objetos que representam esse momento: placa de porta de maternidade, carrinho de bebê, berço e trocador. Eles fazem parte da construção da maternidade por Sara. Por meio de fotografias, objetos e comentários escritos, foi possível, de certa forma, conferir materialidade a essa fase. Miller (2013) argumenta que analisar artefatos sob a perspectiva da cultura material afasta-se da noção de que os objetos meramente representam as pessoas e, em vez disso, sugere que eles também as moldam, na medida em que passam a integrar o processo pelo qual os indivíduos se constituem.

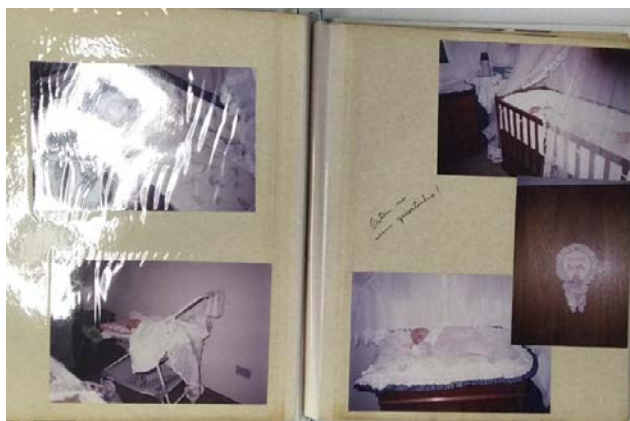
Estas notas, textos e anotações incorporados às fotografias podem ser compreendidos como formas de narrativa material, por meio das quais as imagens são contextualizadas, datadas e afetivamente marcadas no âmbito da vida familiar. Ao acrescentar palavras às imagens, os membros da família produzem camadas adicionais de significado que articulam memória, tempo e relação, reforçando o caráter relacional da fotografia como artefato de consumo. Embora tais práticas dialoguem com discussões sobre o eu estendido (Belk, 2014), neste estudo elas são mobilizadas principalmente para destacar como a escrita integra a materialidade da fotografia e participa da construção de narrativas familiares.

Figura 5*Fotos de gravidez de uma entrevistada, acompanhadas de notas e anotações.*

Fonte: pesquisa de campo

Figura 6

Fotografia da filha de uma entrevistada com objetos como placa de maternidade, carrinho de bebê, trocador e berço.



Fonte: pesquisa de campo

A maioria dos álbuns, no entanto, possuía várias capas plásticas nas quais se inseriam fotografias impressas. Alguns deles foram adquiridos em diferentes tamanhos e com capas variadas, enquanto outros foram guardados no álbum fornecido pelo laboratório fotográfico que revelou as imagens — também chamado de “albinho” pelos participantes (Figura 7), conforme explicou Luisa, de 61 anos: A gente pegou as fotos, voltou e foi direto revelar tudo, sabe? E aí já veio aquele álbumzinho, bem pequenininho mesmo — até separei ele para te mostrar.”

Figura 7

Álbum conhecido como «albinho» pelos entrevistados.



Fonte: pesquisa de campo

Os álbuns de fotografia, por sua vez, operam segundo uma lógica distinta, caracterizada pela seleção, ordenação e fixação de imagens em sequências narrativas relativamente estáveis. Ao reunir fotografias de eventos considerados significativos — como casamentos, aniversários ou formaturas —, o álbum estabiliza versões específicas da história familiar, frequentemente mediadas por critérios institucionais ou profissionais. Nesse processo, certas experiências são elevadas ao status de marcos na memória coletiva, enquanto outras permanecem ausentes ou marginalizadas. Assim, o álbum atua como um dispositivo de curadoria da memória, no qual o consumo da fotografia se articula com a produção de narrativas familiares legitimadas ao longo do tempo, contribuindo para a constituição de uma identidade familiar compartilhada, por meio da qual a família se reconhece e se apresenta ao longo do tempo. Nesse sentido, o álbum pode ser compreendido como um artefato que participa da construção da memória familiar enquanto extensão simbólica do eu coletivo — nos termos de Belk (1988, 2014) —, ao fixar e legitimar certas versões da história da família em detrimento de outras.

Além de álbuns, também foram encontrados porta-retratos e fotografias em molduras nas casas das famílias. O porta-retratos, como o nome sugere, é um local onde se guarda um retrato — uma fotografia. É um objeto criado para essa finalidade. Quando se fala em “porta-retratos”, vem imediatamente à mente um objeto que acomoda uma fotografia. Ao se falar em “moldura”, outras imagens — como desenhos ou pinturas — também podem ser incluídas; ou seja, não se trata de um objeto feito exclusivamente para fotografias. Uma característica da moldura é que ela é fixada na parede, enquanto o porta-retratos exige um móvel sobre o qual possa ficar apoiado.

Ao contrário dos álbuns, que geralmente são guardados em caixas ou armários, as molduras e as fotografias emolduradas ficam expostas, visíveis tanto para os moradores quanto para quem visita os cômodos da casa. Elas estavam presentes nas residências dos entrevistados — principalmente na sala de estar e nos quartos — em diversos formatos, cores e tamanhos. Na estante da sala de estar de Mariele, de 67 anos, havia vários porta-retratos. Todos continham fotografias de familiares próximos, como pais, filhos e netos, conforme a Figura 8.

Figura 8

Porta-retratos na casa de um dos entrevistados



Fonte: coleta de dados

Segundo Money (2007), a sala de estar é um espaço de interação para a família, no qual se alojam significados e a identidade daqueles que ali vivem. Os objetos presentes nesse espaço são uma forma de manter e cultivar relacionamentos importantes e conexões sociais. Mariele aparecia na fotografia exibida no porta-retratos, mas não se importava que ela fosse revelada, pois estava presente no batizado de seus netos e aquele momento era importante.

Quando sua filha Patrícia foi entrevistada, ficou claro que, se dependesse de Mariele, provavelmente haveria ainda mais porta-retratos. Os dois moram na mesma casa, e Patrícia, ao falar sobre porta-retratos, disse que os considera “cafonas.” Ao contrário da mãe, além de se preocupar com a própria imagem nas fotografias, ela também se preocupa com a estética da própria moldura.

“Se dependesse da minha mãe, a casa estaria cheia de porta-retratos espalhados por toda parte. Mas agora vejo que, em termos de decoração, as pessoas não fazem mais isso. E eu já fui lá e tirei tudo. Ficou cafona [risos]. É aquela coisa: você pega um porta-retratos de um estilo, outro de outro, mais um de outro... Então, é preciso criar algo mais organizado. E, às vezes, a gente tem preconceito com as nossas fotos antigas. Eu não quero aquilo nem pensar, pelo amor de Deus. Ela coloca aquela foto minha de criança, com os lábios todos rachados [risos], e quer deixar lá.” (Patrícia, 39 anos)

Amanda, de 51 anos, por exemplo, colocou fotografias emolduradas de suas filhas (Figura 9) no corredor que leva à área privativa da casa, os quartos. Segundo ela, as fotografias expostas ali têm uma história, já que ela vestiu ambas as filhas com a mesma roupa na mesma idade. No entanto, ela os colocou em um local onde os visitantes não podem vê-los, já que suas filhas acreditam que tais fotografias emolduradas não são mais apropriadas para a sala de estar.

“Essas fotos aqui têm uma história: esta é da Liz [filha mais velha] — está aqui [ela aponta para a fotografia]. Eu guardei aquela roupinha. Depois, fiz a da Anita [filha mais nova] na mesma idade; as duas tinham sete meses. Então, foi algo intencional. Dizem que isso é coisa de gente do interior, que não se colocam mais fotos na parede assim, por isso as deixo no corredor. É para não ficarem ali à vista de todo mundo o tempo todo. É. Porque antes elas ficavam na sala, né? Na minha outra casa. Mas aí elas disseram: “Mãe, as pessoas não fazem mais isso”. Então, mudamos o lugar delas.” (Amanda, 51 anos)

Figura 9

Moldura no corredor com fotografias das filhas de um dos entrevistados.



Fonte: pesquisa de campo

Quando Amanda mencionou que havia se mudado e retirado os quadros de onde estavam, a pedido das filhas, isso se revelou — como discute Miller (2013) — uma forma de a família reorganizar a maneira como deseja se ver, algo que pode ser repensado por meio dos objetos. As filhas, que antes eram crianças, já não o são mais e querem poder decidir como desejam ser vistas. Assim, Amanda, que não quer se desfazer dos quadros, transfere-os para um local que faz a transição entre as áreas sociais e íntimas da casa e que é aceitável para ambas as partes, onde os visitantes não os veem: o corredor.

Cumprindo a função de objetos visíveis na casa, Sara, de 56 anos, contou que imprimiu fotos de viagens e as colocou na sala de estar, sobre um móvel que ela chamava de “malão”. Ela disse que os imprimiu porque não tinha fotografias em casa e precisava preencher o espaço com algumas imagens. Essa função de completar um ambiente também é mencionada por Lorenzo, que disse não ter o hábito de imprimir fotografias, mas que, quando o fez, foi para decorar seu quarto com algumas delas.

“Eu não imprimo. Acho que, recentemente — depois que tudo ficou digital, sabe? — Talvez umas três vezes eu tenha selecionado algumas fotos e mandado imprimir, sabe? Mas isso foi há muitos anos. Então, não tenho o hábito de imprimir. Acho muito legal. Teve uma vez que quis decorar meu quarto com fotografias, porque não havia nenhuma, então imprimi algumas para esse fim. Mas não tenho o hábito de imprimir.” (Lorenzo, 25 anos)

Ao contrário dos álbuns, que geralmente são guardados em outros espaços, porta-retratos e fotografias emolduradas permanecem visíveis nas casas. Assim, a primeira constatação é que as pessoas utilizam esses suportes como decoração. Alguns dizem que o objeto precisa combinar com o restante do ambiente, desviando o foco do significado envolvido na relação entre sujeito e fotografia, ao passo que fica claro que outros não se importam com isso. Pelo contrário, há até quem diga que imprimia fotografias justamente por esse motivo: porque precisava delas como parte do lar. Como o convívio com a casa é, em geral, diário, as fotografias escolhidas para serem exibidas retratam pessoas e acontecimentos que se deseja ver e recordar.

Diante dos resultados apresentados, bem como das análises e discussões realizadas, é possível indicar que a materialidade da fotografia no universo familiar se expressa por meio de artefatos como caixas de sapato, álbuns, porta-retratos e fotografias emolduradas. Por sua vez, o consumo de fotografias em estado material articula-se no universo familiar por meio de características próprias de cada um desses artefatos, conforme resumido na Tabela 2.

Molduras e fotografias emolduradas diferem dos outros artefatos analisados porque operam em um regime de visibilidade cotidiana. Ao permanecerem expostos em espaços centrais da casa, esses suportes não apenas evocam o passado, mas também participam ativamente da construção da imagem pública da família. As escolhas relacionadas às fotografias exibidas, bem como as disputas em torno de sua localização e permanência, revelam negociações intergeracionais sobre gosto, pertencimento e a legitimidade das memórias que devem ser tornadas visíveis. Elas também revelam critérios implícitos de valor e legitimidade, orientando quais imagens devem ser preservadas, exibidas ou silenciadas no cotidiano familiar. Nesse sentido, o consumo da fotografia por meio desses suportes articula-se a práticas de exposição e reconhecimento social no âmbito do universo doméstico. Essa dinâmica dialoga com a abordagem de Schroeder (1998) sobre o consumo visual, ao mostrar como as imagens, quando exibidas, operam como dispositivos de significação que estruturam relações sociais, identidades e formas de reconhecimento no cotidiano.

As interpretações apresentadas até aqui permitem sistematizar, analiticamente, as diferentes lógicas de consumo e materialização associadas aos artefatos fotográficos analisados, conforme sintetizado na Tabela 2. Embora a disposição de fotografias em espaços domésticos possa assumir dimensões performativas, neste estudo essas práticas são analisadas primordialmente com base em sua materialidade e em seus significados nas relações familiares.

Tabela 2

Características relacionadas à dinâmica em torno dos artefatos no consumo de fotografias

Artefatos	Características
Caixa de sapatos	Uniforme, fechado, sem regras estabelecidas; armazena fotografias soltas sem ordem ou sequência, contendo histórias diversas, fotografias amadoras e registros ocasionais.
Álbuns	De diversas formas e tamanhos, incluindo fotografias profissionais e fotografias com intervenção; possui ordem e sequência, possibilita a formação de uma memória específica, é transmitida de geração em geração e armazena episódios.
Molduras para fotos	De diversas formas e tamanhos, destinados à exposição, com fotografias amadoras e profissionais; decoram espaços, seguem regras estéticas e improvisadas e refletem momentos
Quadro	De diversos formatos e tamanhos, destinados à exposição, decoram e mediam ambientes, apresentam fotografias profissionais, seguem rígidas regras estéticas e formam uma memória

Fonte: pesquisa de campo

Em conjunto, estas descobertas mostram como diferentes suportes materiais da fotografia funcionam como mediadores das relações familiares, em linha com abordagens da cultura material e do consumo que enfatizam o papel ativo dos objetos na produção de significados, memórias e identidades partilhadas ao longo do tempo (Belk, 1988; Miller, 2013; Schroeder, 1998). As categorias sintetizadas devem ser compreendidas como construções interpretativas que articulam significados simbólicos, dinâmicas relacionais e processos de memória familiar associados aos artefatos fotográficos analisados.

Em suma, os resultados deste estudo atendem ao objetivo proposto ao demonstrar como a fotografia, em sua condição material, participa ativamente das práticas de consumo no universo familiar. Ao analisar diferentes suportes materiais — como caixas de sapato, álbuns, porta-retratos e fotografias emolduradas —, o estudo demonstra que a fotografia não atua apenas como registro visual, mas como um artefato que articula memória, identidade e relações familiares ao longo do tempo. Este avanço conceitual contribui para a Teoria da Cultura do Consumo ao reforçar o papel da materialidade na constituição de significados no cotidiano, ampliando a compreensão da fotografia como um objeto de consumo inserido em práticas sociais historicamente situadas.

Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo compreender como o consumo de fotografias em sua condição material se articula no universo familiar. A partir da análise de fotografias impressas e de seus suportes materiais, como caixas de sapatos, álbuns, porta-retratos e fotografias emolduradas, foi possível evidenciar que esses artefatos não funcionam apenas como registros visuais do passado, mas como mediadores ativos na construção de significados, memórias e relações familiares ao longo do tempo.

Do ponto de vista teórico, o estudo oferece três contribuições principais para o campo da Teoria da Cultura do Consumo e para os estudos de cultura material. Primeiramente, a obra faz avançar a área ao demonstrar que a fotografia, quando considerada em sua condição material, deve ser compreendida como um artefato de consumo inserido em práticas sociais cotidianas, e não apenas como imagem ou representação simbólica. Em segundo lugar, demonstra que o consumo de fotografias no universo familiar articula simultaneamente dimensões individuais e coletivas, desafiando abordagens que privilegiam o indivíduo como a unidade analítica central do consumo. Por fim, o estudo contribui ao mostrar que os significados atribuídos às fotografias são continuamente reconstruídos no presente, num processo relacional e contextual em que memória, identidade e relações familiares estão entrelaçadas de forma dinâmica.

Essa dupla condição das fotografias — como objetos que pertencem a indivíduos específicos e, ao mesmo tempo, à família enquanto coletividade — constitui um avanço conceitual relevante. Diferentemente de outros artefatos de consumo, as fotografias circulam entre diferentes membros da família, sendo apropriadas, reinterpretadas e resignificadas ao longo do tempo, o que reforça o seu caráter relacional. Essa descoberta amplia a compreensão de como objetos comuns participam da constituição da cultura de consumo ao mediar vínculos afetivos e narrativas familiares compartilhadas.

Em nível metodológico, a pesquisa contribui ao destacar o potencial da fotografia não apenas como objeto de análise, mas também como recurso empírico capaz de ativar narrativas, memórias e interpretações que transcendem o conteúdo visível da imagem. O uso combinado de entrevistas, observação e fotografias revelou desafios analíticos importantes, entre eles o caráter não permanente dos significados atribuídos às imagens. Nesse sentido, o termo heurístico é mobilizado para indicar que a fotografia opera como um gatilho interpretativo, permitindo o acesso a processos de construção de sentido que não estão fixados na própria imagem, mas que emergem na interação entre artefato, sujeito e contexto. Essa característica reforça a necessidade de abordagens qualitativas sensíveis à dimensão processual e relacional do consumo.

Como qualquer estudo qualitativo, esta pesquisa apresenta limitações que devem ser reconhecidas. O número restrito de famílias investigadas e o escopo empírico situado limitam a possibilidade de generalizar os achados. Além disso, embora o estudo tenha adotado uma perspectiva interpretativista, permanece o desafio de lidar com o risco de anacronismo na interpretação de fotografias antigas. No entanto, os resultados indicam que os significados atribuídos às fotografias não permanecem estáticos ao longo do tempo: eles são continuamente reconstruídos com base no contexto presente, nas relações familiares e nas narrativas mobilizadas, o que atenua uma leitura estritamente anacrônica e reforça o caráter dinâmico da cultura.

Pesquisas futuras poderão ampliar os achados aqui apresentados ao investigar famílias inseridas em diferentes contextos socioculturais, bem como ao adotar abordagens longitudinais que acompanhem a circulação e a ressignificação de fotografias ao longo do tempo. Estudos comparativos entre diferentes formas de materialização fotográfica — como a impressa, a digital ou a híbrida — também podem aprofundar a compreensão das transformações contemporâneas no consumo de imagens no universo familiar.

Em suma, este estudo contribui para o avanço do conhecimento sobre a cultura de consumo ao demonstrar que a fotografia, em sua condição material, constitui um artefato central na organização da memória, da identidade e das relações familiares. Ao deslocar o foco analítico da imagem para a materialidade e para as práticas cotidianas associadas às fotografias, a pesquisa reforça o papel ativo dos objetos na produção de significados e amplia a compreensão da cultura material como uma dimensão constitutiva da vida social.

Referências

- Arnould, E. J., & Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 24-45. <https://doi.org/10.1086/209331>
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Culture*, 31(4), 868-882. <https://doi.org/10.1086/426626>
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2007). Consumer culture theory (and we really mean theoretics): Dilemmas and opportunities posed by an academic branding strategy. *Research in Consumer Behavior*, 11, 3-22. [https://doi.org/10.1016/S0885-2111\(06\)11001-7](https://doi.org/10.1016/S0885-2111(06)11001-7)
- Ayrosa, E. A. T., & Sauerbronn, J. F. R. (2004). Uma introdução ao uso de métodos qualitativos de pesquisa em comportamento do consumidor. In M. M. F. Vieira, & D. M. Zouain (Orgs.), *Pesquisa qualitativa em administração* (pp. 185-199). FGV Editora.
- Bardin, L. (1979). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Belk, R. W. (2014). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500. <https://doi.org/10.1086/671052>
- Belk, R. W., & Yeh, J. H-Y. (2011). Tourist photographs: Signs of self. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(4), 411-424. <https://doi.org/10.1108/17506181111174628>
- Belk, R. W., Miller, D., & Eckhardt, G. M. (Eds.). (2016). *The Routledge companion to identity and consumption*. Routledge.
- Casotti, L. M., & Suarez, M. C. (2016). Dez anos de Consumer Culture Theory: Delimitações e aberturas. *Revista de Administração de Empresas*, 56(3), 353-359. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160308>
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Bookman.
- Epp, A. M., & Price, L. L. (2008). Family identity: a framework of identity interplay in consumption practices. *Journal of Consumer Research*, 35(1), 50-70. <https://doi.org/10.1086/529535>
- Ferreira, M. C., & Scaraboto, D. (2016). "My plastic dreams": Towards an extended understanding of materiality and the shaping of consumer identities. *Journal of Business Research*, 69(1), 191-207. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.032>

- Fonseca, C. (2004). Olhares antropológicos sobre a família contemporânea. *Pesquisando a família: Olhares contemporâneos*, 55–68.
- Gaião, B. F. da S., Souza, I. L. de, & Leão, A. L. M. de S. (2012). Consumer Culture Theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing? *Revista de Administração de Empresas*, 52(3), 330–344. <https://doi.org/10.1590/s0034-75902012000300005>
- Hicks, D. (2010). The material-cultural turn. In D. Hicks, & M. C. Beaudry (Eds.), *The Oxford handbook of material culture studies* (pp. 25–98). Oxford University Press.
- Humayun, M., & Belk, R. (2020). The analogue diaries of postdigital consumption. *Journal of Marketing Management*, 36(7-8), 633–659. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1724178>
- Kossoy, B. (2001). *Fotografia & história*. Ateliê Editorial.
- Mauad, A. M. (1996). Através da imagem: Fotografia e história interface. *Tempo*, 1(2), 73–98.
- Miller, D. (1987). *Material culture and mass consumption*. Blackwell.
- Miller, D. (2013). *Trecos, troços e coisas: Estudos antropológicos sobre a cultura material*. Zahar.
- Money, A. (2007). Material culture and the living room: The appropriation and use of goods in everyday life. *Journal of Consumer Culture*, 7(3), 355–377. <https://doi.org/10.1177/1469540507081630>
- Niese, Z. A., Libby, L. K., & Eibach, R. P. (2023). Picturing your life: The role of imagery perspective in personal photos. *Social Psychological and Personality Science*, 15(3), 309–317. <https://doi.org/10.1177/19485506231163012>
- Pérez, M. B. (2022). La fotografía entre estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual de las universidades públicas andaluzas: Consumo, cultura visual y una propuesta pedagógica. *Revista KEPES*, 19(25), 47–77.
- Pinto, M. R., & Batinga, G. L. (2023). *Pesquisa qualitativa em marketing: A experiência de pesquisadores brasileiros*. Editora PUC Minas.
- Rocha, E. (2000). Totem e consumo: Um estudo antropológico de anúncios publicitários. *Revista Alceu*, 1(1), 18–37.
- Santos, F. C. (2016). As faces da selfie: Revelações da fotografia social. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 31(92), 1–16. <https://doi.org/10.17666/319202/2016>
- Sassatelli, R. (2007). *Consumer culture: History, theory and politics*. SAGE Publications.
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52, 1893–1907. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8>
- Schroeder, J. E. (1998). Consuming representation: A visual approach to consumer research. In B. B. Stern (Ed.), *Representing consumers: Voices, views, and visions* (pp. 193–230). Routledge.
- Silveira, M. L. da. (2000). Família: Conceitos sócio-antropológicos básicos para o trabalho em saúde. *Família, Saúde e Desenvolvimento*, 2(2), 58–64. <https://doi.org/10.5380/fsd.v2i2.4927>
- Soilo, A. N. (2012). A arte da fotografia na antropologia: O uso de imagens como instrumento de pesquisa social. *Revista Habitus*, 10(2), 72–79.
- Sontag, S. (2004). *Sobre fotografia*. Companhia das Letras.
- Souza, L. R. M., & Neves, M. F. (2018). Fotografia e consumo: influência da cultura jovem no perfil do consumidor. *Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação*, 4(Edição especial ENACILLA), 64–71. <https://doi.org/10.33871/26747170.2018.1.1.3283>

Vieira, F. G. D. (2013). Perspectivas e limites da pesquisa qualitativa na produção de conhecimento em marketing. *Revista de Negócios*, 18(1), 10–24. <https://doi.org/10.7867/1980-4431.2013v18n1p10-24>

Wallendorf, M., & Arnould, E. J. (1988). "My favorite things": A cross-cultural inquiry into object attachment, possessiveness, and social linkage. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 531-547. <https://doi.org/10.1086/209134>

Como citar:

Boeze, L., Vieira, F. G. D., & Nogami, V. K. da C. (2025). Fotografia no Universo Familiar Como Expressão de Cultura Material e Consumo. *Revista Ciências Administrativas*, 31, 1-16. <https://doi.org/10.5020/2318-0722.2025.31.e17359>

Endereço para correspondência:

Ligia Boeze
E-mail: ligiaboezee@gmail.com

Francisco Giovanni David Vieira
E-mail: fgdvieira@uem.br

Vitor Koki da Costa Nogami
E-mail: vitor.nogami@uem.br



Recebido em: 18/11/2024.
Aceito em: 14/11/2025.