

Ana Maria Mauad de Sousa Andrade



SOB O SIGNO DA IMAGEM

A Produção da Fotografia e o Controle dos Códigos
de representação Social da Classe Dominante, no Rio
de Janeiro, na Primeira Metade do Século XX



Tese apresentada ao curso de Mestrado em História da Universidade Federal Fluminense como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Rachel Soihet

Universidade Federal Fluminense
Centro de Estudos Gerais
Instituto de Ciências Humanas E Filosofia

UFF-CEG-ICHF
Niterói – RJ – Novembro 1990

A mamãe e a vovó,
tema desta e de
outras histórias

THE MODERN CAMERA



"YOU
PRESS
THE
BUTTON
WE
DO THE
REST."

AN APPROPRIATE WEDDING PRESENT

THE EASTMAN CO.

ROCHESTER, N.Y.

AGRADECIMENTOS

Na tentativa de recuperar o tempo que passou, para então, agradecer àqueles que auxiliaram na construção deste tempo-presente, uma sucessão de imagens tais como aquelas analisadas ao longo da pesquisa, compôs uma determinada memória, na qual, ficam registradas pessoas realmente especiais que, de forma direta ou indireta fazem parte desse trabalho.

Quero agradecer, em primeiro lugar, à duas pessoas sempre presentes e dispostas a ler, criticar, ajudar a mudar e assim crescer: a minha orientadora professora Rachel Soihet, pela sua disposição em orientar e, acima de tudo, coragem em acreditar na possibilidade de uma nova abordagem em História das Mentalidades e o professor Ciro Flamarion Santana Cardoso, por ter me aberto os olhos e indicado o caminho para tratar a inovação com seriedade e segurança.

Um agradecimento especial merece ser dado para a ala da infra-estrutura da pesquisa, composta por Haydée Luz, com o “faraônico” trabalho de revelar mais de novecentas fotografias, resultado do meu desejo quase insano de captar todas as mudanças possíveis na imagem fotográfica, pela minha avó Mariana Jabour Mauad que, pacientemente, datou e localizou todas as fotos da coleção familiar, gravando horas de entrevista sobre a história de nossa família e pela Cláudia Ricci, hábil arquiteta, dublê de cartógrafa e ilustradora, responsável pelos mapas e tabelas finais. As três me auxiliaram de forma indispensável e merecem o maior reconhecimento do mundo!

Ao pessoal do Centro de Memória da Eletricidade no Brasil, em especial à Elizabeth Dezouard Cardoso, Lorilei Ferraz Rosa Pereira, Margareth C. Pereira, Sérgio Lamarão, Teresa Cristina Maia, Cláudia Ricci e ao meu querido e saudosíssimo amigo Oswaldo Porto Rocha, integrantes do projeto Energia Elétrica e Urbanização, do qual participei ao longo dos anos 1988 e 1989, gostaria de agradecer as dicas, os toques, o interesse, as críticas e o aprendizado. Ao Renato Feliciano Dias, agradeço ter me incentivado exercitar o imprescindível ofício de historiador e por ter investido na viabilização de uma nova História.

Agradeço às minhas colegas de mestrado, Jacqueline Hermann, Soninha e Marialva Barbosa que, através de nossas discussões, no café do Plaza, me apontaram os perigos e as possibilidades das minhas idéias.

Um especial agradecimento para a Professora Sonia Maria Mendonça, sempre presente com indicações de leituras precisas e com sua amizade e carinho tão queridos.

Aos professores do mestrado da UFF, em especial Margarida Souza neves, pelo seu interesse e críticas importantes, Vânia Frões, pelo apoio e orientação, Hamilton Monteiro, por sua confiança na plena realização do trabalho e Berenice Cavalcante pelas boas discussões, nos cursos vespertinos, que muito contribuíram para o amadurecimento de minhas reflexões, um super-obrigado.

Quero também agradecer às instituições de apoio à pesquisa, Capes e Faperj, pelas bolsas de mestrado e conclusão do mestrado, que foram indispensáveis para a minha sobrevivência durante a realização do trabalho e a Secretaria Estadual de Educação por Ter concedido, no ano da redação da tese, o meu afastamento das atividades letivas e à Diretora da Escola Estadual de Ensino Supletivo Pero Vaz de Caminha, professora Marlée Bischer por ter apoiado tal afastamento.

Aos funcionários da Biblioteca Nacional, seção de periódicos, em especial a Jane da parte de microfilme, da Biblioteca do Museu de Arte Moderna, do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, em especial ao Fernando Campos, da Biblioteca Estadual, seção guanabarina, do Instituto Histórico e Geográfico, agradeço o incentivo e a boa vontade em ajudar a encontrar o material necessário da forma mais eficiente o possível.

Agradeço ainda à Marcia Melo, do MAM, à Sra. Hermínia Nogueira Borges, ex-diretora de Fotoclube Brasileiro, ao professor Gilberto Ferrez, pela entrevista concedida, ao professor Ivan Lima, pela disponibilidade em ler e criticar o trabalho e pelo imenso incentivo, ao professor Guilherme Pereira das Neves por ter, em uma outra época, me ensinado a pesquisar e organizar o material para a redação da tese e ao Ricardo Augusto que sempre indicou novidades para enriquecer o trabalho e aos professores Danilo, Zilda, Isabel, Dimitri e Dulce, da Escola Pero Vaz de Caminha, pela força e companheirismo ao longo destes anos de pesquisa.

Na etapa de revisão gramatical contei com o apoio das professoras Marilena Wanderley Pessoa, Daisy Guimarães Mendes Xavier, Alice Rocha Moreira e Lubélia Gualda Dantas, as quais gostaria de agradecer o tempo dispendido e a boa vontade.

À Rosário, excelente datilógrafa, que não só ~~lateu~~ o trabalho mas concedeu-lhe uma feição mais bonita, o meu muito obrigado.

Como não poderia deixar de ser a ala familiar contribuiu, em muito para a realização desta pesquisa, assim quero agradecer ao meu primo Emir, pelos serviços gráficos, pagos sempre com um sorriso, ao grande Ulisses pelo apoio e disponibilidade para quebrar galhos, ao meu cunhado Alfredo e à minha irmã Inês, pelo apoio em horas difíceis, à minha irmã Cláudia, pelo auxílio na revisão final, à minha irmã Ligia pelo apoio datilográfico nas etapas iniciais, ao meu cunhado Cláudio por me convencer a descansar, às super-amigas Teresa Areal e Elizabeth Dutra, pelo ânimo, ao meu pai e à minha mãe, pelo apoio e carinho, à Tia Juju, pelos almoços e promessas à Sta. Rita, à minha família chilena pela torcida internacional, em especial à minha querida sogra, Lucy Hernandez, pelas longas conversas nas tardes de Santiago, e ao Alejandro pelo afeto, companhia e compreensão.

Enfim, agradeço a todos aqueles que, sabendo ou não, contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

O presente trabalho revela, através da análise histórico-semiótica de três séries fotográficas, o caráter tipicamente burguês das representações sociais e dos comportamentos da classe dominante, no Rio de Janeiro, durante a primeira metade do século XX.

SUMMARY

The presente work shows up, through an historical and semiotics analysis of three series of photographies, the typical bourgeois character of the social representations and ways of behaving from the Rio de Janeiro's upper class, during the first half of the twentieth century.

Conteúdo

Introdução: O Fascínio Pela Imagem

Capítulo I: Sob o Signo da Imagem

- 1.1 – IMAGENS E SIGNIFICADOS
- 1.2 – DONOS DE UM CERTO OLHAR
- 1.3 – AMANHECER EM 1900
 - 1.3.1 – *NASCE UMA METRÓPOLE*
 - 1.3.2 – *GEOGRAFIA DO SER MODERNO*
 - 1.3.3 – *MISE-EN-SCÈNE DO SER MODERNO*
- 1.4 – NO RITMO DO “JAZZ-BAND”
 - 1.4.1 – *DUAS FACES DA MESMA CIDADE*
 - 1.4.2 – *PETRÓPOLIS OU COPACABANA*
- 1.5 – UM JEITO DE SER CARIOCA
 - 1.5.1 – *MUDANÇA DE TOM*
 - 1.5.2 – *OS RUMOS DA CIDADE*
 - 1.5.3 – *“UMA INICIATIVA QUE PÕE A CIDADE AO ALCANCE DE TODOS”*
 - 1.5.4 – *FEIRA DAS VAIDADES*
- 1.6 – O SÉCULO XX FAZ CINQUENTA ANOS
 - 1.6.1 – *ARES DE IGUALDADE E LIBERDADE*
 - 1.6.2 – *“RIO DE JANEIRO CIDADE QUE ME SEDUZ*

CAPÍTULO II: Criação/Revelação, ou Mera Reprodução?

Fotografia e Fotógrafos, na Cidade do Rio de Janeiro,
Na Primeira Metade do Século XX

- 2.1 – FOTÓGRAFOS
 - 2.1.1 – *PASSAGEIRO, PROFISSÃO: FOTÓGRAFO*
 - 2.1.2 – *AMADORES E SEUS AMORES*
 - 2.2 – A EDUCAÇÃO DO OLHAR
 - 2.3 – “APERTE O BOTÃO QUE NÓS FAREMOS O RESTO”
 - 2.4 – BREVE COMENTÁRIO SOBRE OS RECURSOS DA TÉCNICA FOTOGRÁFICA DISPONÍVEIS NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO
 - 2.5 – PEQUENA CRONOLOGIA DOS RECURSOS DA TÉCNICA FOTOGRÁFICA
- LISTA DE ILUSTRAÇÕES

CAPÍTULO III: Fotos/Cartões, Emoções/Recordações: Fotografia Familiar,
Um Exemplo

- 3.1 – ALÉM MAR
- 3.2 – NATUREZA DO MATERIAL E ORGANIZAÇÃO
DA ANÁLISE
- 3.3 – DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE
 - 3.3.1 – *O ESPAÇO FOTOGRÁFICO*
 - 3.3.2 – *O ESPAÇO GEOGRÁFICO*
 - 3.3.3 – *O ESPAÇO DO OBJETO*
 - 3.3.4 – *O ESPAÇO DA FIGURAÇÃO*
 - 3.3.5 – *O ESPAÇO DA VIVÊNCIA*

TABELAS: PLANO DA FORMA DA EXPRESSÃO
PLANO DA FORMA DO CONTEÚDO

Capítulo IV: Na Mira do Olhar

- 4.1 – MIL E UMA PUBLICAÇÕES
 - 4.1.1 – *“THELEGRAPHIA SEM ARAME”*
 - 4.1.2 – *SOB O IMPÉRIO D’O CRUZEIRO*
- 4.2 – A CRÔNICA FOTOGRÁFICA NAS REVISTAS
ILUSTRADAS
 - 4.2.1 – *FLAGRANTES E INSTANTÂNEOS*
- 4.3 – PASSOS DA ANÁLISE
 - 4.3.1 – *A ESCOLHA DO CORPUS*
 - 4.3.2 – *O EIXO DA ANÁLISE: A CODIFICAÇÃO
DA NOÇÃO DE ESPAÇO*
- 4.4 – DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE
 - 4.4.1 – *O ESPAÇO FOTOGRÁFICO*
 - 4.4.2 – *O ESPAÇO GEOGRÁFICO*
 - 4.4.3 – *O ESPAÇO DO OBJETO*
 - 4.4.4 – *O ESPAÇO DA FIGURAÇÃO*
 - 4.4.5 – *O ESPAÇO DA VIVÊNCIA*

TABELAS: PLANO DA FORMA DA EXPRESSÃO E DO
CONTEÚDO REVISTA *CARETA*
PLANO DA FORMA DA EXPRESSÃO E DO
CONTEÚDO REVISTA *O CRUZEIRO*

Capítulo V: Códigos, Comportamentos e Imagens: A Experiência
Burguesa, Na Cidade do Rio de Janeiro, na Primeira Metade
do Século XX

- 5.1 – EM BUSCA DE UMA (IN)DEFINIÇÃO
- 5.2 – O PODER DA IMAGEM FOTOGRÁFICA
- 5.3 – SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS

Conclusão: Fascínio pela Imagem II

Bibliografia

- 1) FONTES PRIMÁRIAS
- 2) OBRAS DE HISTÓRIA DO BRASIL E DO RIO DE
JANEIRO
- 3) OBRAS TEÓRICAS
- 4) OBRAS GERAIS SOBRE FOTOGRAFIA

Fichas para Levantamento Fotográfico

INTRODUÇÃO

O FASCÍNIO PELA IMAGEM I

“Fotografar é, num mesmo instante e numa fração de segundo, reconhecer o fato e a organização rigorosa das formas percebidas visualmente, que exprimem e significam este fato. É colocar na mesma mira: a cabeça, o olho e o coração.”

(Henri-Cartier Bresson)

Materialização da experiência vivida, doce lembrança do passado, memórias de uma trajetória de vida, flagrantes sensacionais, ou ainda, mensagem codificada em signos. Tudo isso ou nada disso a fotografia pode ser.

Trabalhar com material fotográfico, surpreende, pois do papel em branco surge a imagem revelada por humores, líquidos químicos de composição certa. Um certo processo alquímico de criação que com a massificação vai ganhando outros significados, além dos acima relacionados.

Ao historiador, a fotografia lança vários desafios, escolheu-se um deles: chegar àquilo que não foi revelado pelo olhar fotográfico. Tal escolha remete-se ao desvendamento de uma intrincada rede de significações, onde seus elementos – homens e signos – se interagem dialeticamente na composição da realidade. Uma realidade que se formula a partir de homens como produtores e consumidores de signos; um trabalho cultural, cuja compreensão, é fundamental para se operar sobre esta mesma realidade.

A fotografia, enquanto componente desta intrincada rede de significações, revela, através da produção da imagem, uma pista. A imagem considerada como fruto de trabalho humano, pauta-se sobre códigos convencionalizados socialmente, possuindo, sem dúvida, um caráter conotativo que remete às formas de ser e agir do contexto, no qual estão inseridas como mensagem. Entretanto, essa relação não é automática, pois entre o sujeito que olha e a imagem que elabora, *“existe muito mais que os olhos podem ver”*.

Portanto, para se chegar àquilo que não foi imediatamente revelado pelo olhar fotográfico, há que se perceber: as relações entre signo e imagem, aspectos da mensagem que a imagem fotográfica elabora, e principalmente, inserir a fotografia no panorama cultural, no qual foi produzida, e entendê-la como uma escolha realizada de acordo com uma dada visão de mundo. Elementos que somente uma análise histórico-semiótica pode oferecer.

1 – PRESSUPOSTOS PARA UMA ANÁLISE HISTÓRICO-SEMIÓTICA

1.1 – PARA UMA DEFINIÇÃO DE SEMIÓTICA:

Uma primeira e mais geral definição de semiótica poderia ser a seguinte:

“A semiótica é uma nova ciência que tem por objetivo qualquer sistema sógnico usado na sociedade humana (...) / Na concepção cibernética/ o homem pode ser considerado como um mecanismo que completa operações sobre textos e sistemas sógnicos diversos enquanto o próprio programa para estas operações vem determinado sob a forma de signos”¹.

A semiótica mesmo como uma ciência nova, possui uma história, que vale a pena ser recordada, enquanto parte da sua própria constituição como disciplina independente. Umberto Eco, apesar de encontrar sua gênese na filosofia clássica, aponta que neste período ela não possuía o caráter sistemático, requerido a uma disciplina científica, tal como se apresentou no século XX. Assim, este mesmo autor, estabelece dois patamares para o desenvolvimento da Semiótica: a lingüística estrutural de Ferdinand Saussure (1859-1913) e a lógica matemática de Charles Sanders Peirce (1839-1914)².

Ferdinand Saussure definiu a Semiótica, ou como ele mesmo denominou, a semiologia, como o estudo da “*língua enquanto um sistema de signos que exprimem idéias, e por isso é confrontável com a escrita, o alfabeto dos surdos-mudos, os ritos simbólicos, a cortesia, os sinais militares, etc*”³.

Para Saussure a língua teria o lugar de excelência no sistema de signos e a semiologia preocupada com a produção de tais signos “*no seio da vida social*”, procuraria estudá-la através da relação estabelecida entre significado e significante, numa composição de dupla referência.

Os seguidores da linha saussuriana adotam a perspectiva lingüística como constituinte de toda a abordagem semiótica. Tal como explica Roland Barthes:

“A semiologia tem por objeto qualquer sistema de signos, sejam quais forem a sua substância ou seus limites: as imagens, gestos, os sons melódicos, os objetos e os complexos dessas substâncias que se encontram nos ritos, protocolos, ou nos espetáculos, constituem senão linguagens, ao menos, sistemas de significação (...). Na verdade, os objetos, as imagens, os comportamentos podem significar, e significam muitas vezes, mas nunca de maneira autônoma qualquer sistema semiológico cruza com a linguagem”⁴.

¹ “Introdução ao estudo estrutural dos sistemas de signos”. In: Ivanov, V.V. et alii. A Linguagem e os Signos. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, n° 29, 1972, p. 9.

² Eco, Umberto. Tratado Geral de Semiótica, São Paulo, Ed. Perspectiva, 1980, p. 9-12.

³ Idem, p. 9.

⁴ Barthes, Roland. Elementos de Semiologia, Lisboa, Edições 70, S/D, p. 7 e 8.

Sem dúvida a semiótica da significação, ou semiologia⁵, avançou no que diz respeito às possibilidades da abordagem semiótica, superando o limiar traçado pela semiótica da comunicação. Esta tendência direcionava o estudo para a compreensão dos signos com a intenção clara de comunicar algo a alguém, segundo um sistema comum ao receptor e ao emissor, esquecendo-se da comunicação inconsciente e considerando a abordagem semiótica como um fenômeno extra-social. Mas, por outro lado, a semiótica da significação devido ao estreito vínculo com a lingüística estruturalista, “*torna-se insuficiente para analisar a totalidade dos processos sociais de programação e significação*”⁶.

Com efeito, a semiologia, mesmo tendo como objeto o estudo da língua, não a entendem como um elemento histórico, fruto de um trabalho social, imerso em uma ideologia. Dentro desta concepção a língua “*é concebida como objeto próprio da lingüística sendo recortada da prática social*”⁷. Assim a semiologia coloca-se como uma “*derivação, uma adaptação e um alargamento da lingüística*”⁸.

Ainda dentro desta linha, destacam-se os trabalhos de Julia Kristeva, sobre a lingüística do discurso. Tal tendência rompe com limite do enunciado e amplia o objeto de análise para o discurso, destacando-lhe as condições de produção e relacionando-o ao contexto social. Assim, o quadro institucional, o conjunto de fatos políticos, a ideologia, etc, passam a integrar a análise lingüística do discurso, denominada por Kristeva de *semanálise*, cujo principal objetivo seria desvendar “*os mecanismos de produção de sentido, ou seja, como sugerem os elementos que, articulando-se no sistema significante – a língua – criaram sentido*”⁹.

Sem dúvida, tal proposta amplia as possibilidades de um estudo mais profundo da produção sógnica e de sua relação com a língua. Mesmo assim, ainda mantém a idéia de tradução vinculada ao suporte lingüístico.

Na definição de Peirce a semiótica seria o sinônimo da lógica podendo ser definida como uma doutrina formal dos signos, resultante da observação e posterior generalização por abstração das características deste signo¹⁰. Peirce explica a produção sógnica a partir do conceito por ele denominado de *semiose*, entendendo este conceito como um processo de cooperação entre três sujeitos: um signo, o objeto e seu interpretante. Assim, de acordo com a definição peirciana, o processo de produção sógnica é tri-relativo, com isso modifica as bases da abordagem saussuriana, rompendo

⁵ Umberto Eco utiliza-se dos termos semiologia e semiótica como sinônimos e justifica tal opção na seguinte nota: “*Malgrado a diferente origem histórica dos termos ‘semiologia’ (linha linguístico-saussureana) e ‘semiótica’ (linha filosófico-peirceana e morrissiana), no presente livro se adota o termo ‘semiótica’ como equivalente a semiologia, levando em conta a carta constitutiva da International Association for Semiotic Studies*” (Tratado Geral de Semiótica, Op. cit., p. 1).

⁶ Rossi-Landi, p. 212 In: Sabbatini, M. et all. *Dicionário Teórico-ideológico*. Buenos Aires, Ed. Galema, 1975.

⁷ Eco, U., Op. cit., p. 152.

⁸ Idem.

⁹ Cardoso, *Ciro Flamarion “Semiótica, História e Classes Sociais”*, In: *Ensaio Racionalistas*, Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1988, p. 69.

¹⁰ Idem, p. 65 e 66.

com a ação entre duplas e sofisticando o processo de produção sógnica, à medida que ampliou a noção de signo e a liberou de sua base estritamente lingüística.

Para os seguidores da linha peirciana, a semiótica “*é o estudo dos fenômenos sociais sujeitos a mutações e reestruturações*”. O objeto da semiótica é a semiose, entendida como um processo infinito de produção de sentido. De acordo com esta abordagem, a semiótica se coloca como uma teoria “*capaz de explicar qualquer caso de função sógnica em sistema de um ou mais códigos*”¹¹.

Para Umberto Eco, em tal teoria a noção ingênua de signo é substituída pelo conceito de função sógnica, no qual, são considerados um grupo vasto de fenômenos, tais como:

“O uso natural de diversas linguagens, a evolução e a transformação dos códigos, a comunicação, os vários tipos de comunicação interativa, o uso de signos para mencionar coisas e estados de mundo, etc”¹².

Assim, antes de marcar limites rígidos, o importante é delimitar um campo de interesses (que pode ser comum a outras disciplinas), onde a semiótica possa exercitar-se.

Dentro desta mesma linha de análise, Rossi-Landi, propõe uma definição de semiótica voltada para a dinâmica social:

“Uma semiótica retamente entendida, pretende formar parte de uma ciência global do Homem e suas relações com o resto do mundo. Sua importância decisiva para a desmistificação ideológica e para a teoria da ação política, reside no fato de que todas as operações da prática social, em sua essência são operações sógnicas (...) Isto não quer dizer que, a realidade social, fundada sobre a necessidade, o trabalho e a exploração se esgote nos sistemas de signos. Quer dizer, sim que o conteúdo de tais sistemas é social. O reconhecimento desses sistemas de signos que precisamente a ciência da semiótica reúne sob tal denominação, é portanto necessária para operar sobre a realidade”¹³.

No contexto deste enfoque, a semiótica se constitui como uma teoria explicativa, à medida que enseje uma interpretação crítica e contínua sobre os fenômenos de produção de sentido:

“ uma vez que as pessoas se comunicam, explicar como e porque o fazem hoje (e também ontem) significa fatalmente determinar a maneira pela qual, e as razões pelas quais o farão amanhã”¹⁴.

No interior de uma tendência geral a interdisciplinariedade, a aceitação de uma abordagem semiótica, por parte do historiador tende a ampliar sua capacidade crítica e explicativa dos fenômenos sociais do passado. Através da interpretação de mensagens veiculadas nas diversas formas de expressão social, penetra-se no universo de

¹¹ Eco, U., Op. Cit.

¹² Idem.

¹³ Rossi-Landi, Op. Cit., p. 201

¹⁴ Eco, U. Op. Cit., p. 22.

representações, podendo assim avaliar e desvendar influências, interrelações e os mecanismos de dominação entre os diversos grupos sociais.

Em particular, no campo da História das Mentalidades, a Semiótica pode se colocar como a disciplina instituída reclamada por Robert Darnton na seguinte passagem:

“Mais do que basearmo-nos na intuição como tentativa de criar um vago clima de opinião, devemos nos unir pelo menos a uma firme disciplina nas ciências sociais e utilizá-la na relação entre a experiência mental e as realidades econômico-sociais”¹⁵.

1.2 – CULTURA E IDEOLOGIA NA ABORDAGEM HISTÓRICO-SEMIÓTICA

Ao optar por uma abordagem histórico-semiótica dos fenômenos sociais, o historiador deverá operacionalizar conceitos históricos segundo o ponto de vista semiótico.

De acordo com a perspectiva deste trabalho, que se propõe analisar a mensagem fotográfica, como um fenômeno de produção de sentido, dois conceitos históricos são fundamentais: cultura e ideologia. Tais conceitos revelam tanto ao quadro cultural, no qual a mensagem foi concebida, quanto às escolhas efetivamente realizadas, de acordo com a dinâmica social contemporânea. No entanto, há que se caracterizar sua compreensão no contexto desta nova abordagem.

No interior da teoria da comunicação, todas as ações humanas são programadas, tais programas recebem o nome de programas sociais de comportamento (PSC). Existem vários aspectos que as caracterizam, segundo Rossi-Landi:

“podem ser inconscientes ou conscientes, deliberadas ou simplesmente aceitas, duradouras ou transitórias, unitárias ou diferenciadas. Como também podem ser mais ou menos amplas abarcando todos os membros de uma ou mais comunidades”¹⁶.

As PSC atuam como recursos que criam a ilusão de liberdade, mas que, efetivamente homogeneizam a sociedade através da imposição de um código dominante. É na dinâmica das relações sociais, historicamente determinadas, que as PSC são elaboradas e transmitidas. Assim, pode-se afirmar que todo o comportamento humano é socialmente programado.

É justamente compreendendo o comportamento humano como comunicação que a cultura adquire sua dimensão semiótica, ou seja, o comportamento humano enquanto forma comunicativa, deverá transmitir mensagem, que por sua vez, exigem a utilização de códigos. Neste encadeamento a comunicação é remetida a sistemas de signos, tais sistemas só podem ser compreendidos, enquanto categorias mentais, sugeridas pelo sujeito na dialética das relações sociais. Como explica Rossi-Landi:

¹⁵ Darnton, Robert. “The History of Mentalities”, In: Brown, R. H. (ed), *Structure, Consciousness and History*, Cambridge, University Press, 1976, p.133.

¹⁶ Rossi-Landi, *op. cit.* P. 117

“não nos convertemos em membros de uma comunidade enquanto não nos tornamos atores de diversos sistemas sógnicos. Esses sistemas, por certo, não existem sem nós, indivíduos, atores do processo comunicativo. Mas também é verdade o contrário, que nós não existiríamos sem o sistema de signos que somos executores. Como indivíduos fazemos um trabalho no sentido de que gastamos força de trabalho do tipo sógnico, mas para que nosso gasto de trabalho dê lugar a produtos quer dizer que tenha sentido”¹⁷.

Portanto, tudo nas sociedades humanas é constituído segundo códigos e convenções simbólicas a que denominamos Cultura¹⁸.

Diariamente interpretamos mensagens que exigem o conhecimento dos significados implícitos nas ações e nos objetos e suas regras de utilização.

“Desse modo, interpretar o significado das Culturas implica em reconstituir, em sua totalidade o modo como os grupos se representam, as relações sociais que os definem enquanto tais, na estruturação interna e nas suas relações com outros grupos e com a Natureza, nos termos e a partir dos critérios de racionalidade desses grupos”¹⁹.

Umberto Eco²⁰, avisa que assumir o ponto de vista semiótico para a análise da Cultura não significa reduzir o conjunto da vida material a puros eventos mentais, significa, acima de tudo, que estudar a Cultura como fenômeno de comunicação baseado em sistemas de significação (códigos), permite esclarecê-la em seus mecanismos fundamentais.

Por fim é importante colocar, a título de síntese, quatro elementos constitutivos da Cultura elaborados por E.R. Leach (1970):

- 1) Os elementos culturais nada significam individualmente (...) Eles ganham significado em decorrência de contrastes significativos que construímos enquanto participantes de um mesmo grupo social e que sinalizamos por meio de conjuntos de elementos que convencionamos permutar em um mesmo contexto.
- 2) O significado é função do contexto de ocorrência: em diferentes contextos, um mesmo item cultural possui significados diversos.
- 3) Um mesmo objeto condensa significados próprios a diferentes contextos. Agregando-se duas ou mais afirmações simbólicas pode-se produzir uma só.
- 4) Os significados culturais não são compreendidos através de contemplação, mas com referência ao universo de significados próprio de cada grupo social”²¹.

Se a Cultura comunica a Ideologia, estrutura a comunicação.

Para Eliseo Verón, não existe um nível ideológico separado dos outros níveis da sociedade, a Ideologia corta todo social verticalmente: “*não existe superestrutura ideológica porque sem ideologia, isto é, sem produção social de sentido, não haveria nem mercado, nem capital, nem mais valia*”²². Portanto a Ideologia como uma categoria historicamente determinada

¹⁷ Idem, p. 133.

¹⁸ Arantes, A A, *O que é Cultura Popular*, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1987, 12° ed., p. 34

¹⁹ Idem.

²⁰ Eco, U. op. cit., p. 16.

²¹ Cit. Arantes, A A op. cit., p. 30.

²² Veron, Eliseo. *Produção de Sentido*. São Paulo, Ed. Cultrix/Edusp, 1980, p. 199.

“pode investir matérias significantes diversas (o discurso escrito, os comportamentos, os filmes, o espaço). Ora, as condições desse investimento (o processo de produção) não são certamente as mesmas para as diferentes matérias significantes. Cada matéria define coerções especificamente impostas às diferentes operações discursivas de investimento de sentido”²³.

A partir da discussão dos usos habituais do conceito de Ideologia Eliseo Verón proporá elementos importantes para se estruturar uma concepção de Ideologia que escape do seu limiar idealista, vale a pena a reprodução dessas passagens pela sua clareza e objetividade:

- I. “Ideológico não é o nome de um tipo de conjunto significante (ex.: o discurso) (...) O Ideológico é uma dimensão suscetível de ser demarcada em todo o discurso marcado por suas condições sociais de produção, qualquer que seja o seu tipo.
- II. “Ideologia não é um repertório de conteúdos (opiniões, atitudes, representações), é uma gramática de engendramento de sentido de investimentos de sentido em matérias significantes. Uma Ideologia não pode ser definida num nível dos ‘conteúdos’. Ela pode, se bem que sempre de maneira fragmentária, manifestar-se também sob a forma de ‘conteúdos’.
- III. “O conceito de Ideologia nada tem a ver com ‘deformação’ de um suposto ‘real’ (...) Para os discursos sociais, não há sentido que possa ser ‘não-ideológico’.
- IV. “No discurso ainda se mantém o traço do sistema que o gerou. ‘os traços estão lá, por invisíveis’. Uma certa análise pode torná-los visíveis; a que consiste em postular que a natureza de um produto só é inteligível em relação às regras sociais de seu engendramento”²⁴.

Já, Umberto Eco considera a Ideologia como um resíduo extra-semiótico, estranho à codificação:

“ O que deve ser suposto – sem que o código registre – é que o emitente adote uma Ideologia: ao contrário, a própria Ideologia tema da pressuposição, é uma visão de mundo organizada que pode estar sujeita à análise semiótica”²⁵.

Essa aparente contradição revela um nível superior de análise que U. Eco denomina de HIPERCODIFICAÇÃO, ou seja:

“a hipercodificação é uma atividade inovadora que pouco a pouco perde o seu poder provocativo, produzindo aceitação social. Com mais frequência, porém, as entidades hipercodificadas flutuam entre os códigos, no limiar entre a convenção e a inovação”²⁶.

Com efeito, o que possibilitará a análise da ideologia como categoria semiótica, no interior da perspectiva de Umberto Eco, será sua caracterização como **campo semântico**:

“ Os campos semânticos dão forma às unidades de uma Cultura e constituem, em suma, uma determinada organização (ou visão) do mundo; portanto estão submetidos aos fenômenos de aculturação, de revisão crítica do conhecimento, de crises de valor e assim por diante. (...) nos campos semânticos são postulados como instrumentos úteis para explicar determinadas oposições com o fim de estudar determinados conjuntos de mensagens”²⁷.

²³ Idem, p. 196.

²⁴ Idem, p. 197-199

²⁵ Eco, U. op. cit., p. 245.

²⁶ Idem, p.121.

²⁷ Idem, p.66 e 72.

Tanto em Verón como em Eco, Cultura e Ideologia são dois conceitos complementares e necessários para uma compreensão mais profunda da produção de sentido ao longo da História.

Do ponto de vista da História, Lucien Goldman destaca que:

“ As ciências históricas e humanas não são pois, (...) o estudo de um conjunto de fatos exteriores aos homens, o estudo de um mundo sobre o qual recai a sua ação. São ao contrário a análise dessa própria ação, de sua estrutura das aspirações que a animam e das alterações que sofrem. De outra parte, não sendo a consciência mais do que um aspecto real mas parcial da atividade humana, o estudo histórico não tem o direito de limitar-se aos fenômenos conscientes, devendo vincular as intenções conscientes dos agentes da História à significação objetiva de seu comportamento e de suas ações”²⁸.

Ao propor um estudo de como as ações se estruturam, este autor, abre caminho para que os estudos históricos se dediquem aos processos de produção de sentido, irremediavelmente à atividade humana.

Paralelamente, ao abordar a História segundo uma ótica Marxista, Lucien Goldman insiste tanto no caráter de totalidade de qualquer realidade humana, quanto no seu aspecto histórico e transitório. A partir dessas premissas lança duas hipóteses para análise históricas:

I° HIPÓTESE: “Qualquer fato humano é resultado de uma ação humana, do comportamento de um dado grupo social e implica, como tal, para poder ser compreendido na sua essência, um caráter significativo relativamente a situação que se produziu.

II° HIPÓTESE: “Os homens que criam estas realidade psíquicas e materiais, relativamente aos quais estas realidades têm um caráter significativo, e aqui chamaremos o sujeito da criação e da ação, não são indivíduos isolados mas grupos transindividuais, ou seja, que o sujeito de qualquer realidade histórica que estudarmos tem um caráter transindividual”²⁹.

Caminhando pela trilha aberta pela teoria da produção de sentido e aceitando os conselhos de L. Goldman, o trabalho de História, principalmente, àqueles preocupados com o estudo das manifestações populares, representações simbólicas ou produções discursivas, deverão ter em mente, o seguinte roteiro básico proposto pelo professor Ciro F. S. Cardoso³⁰:

“1) Todo o comportamento significativo presente nos processos de interação humana em qualquer nível ocorre segundo um programa: o executante segue uma instrução implícita no que faz por estar codificada na própria execução. Assim, ao realizar um programa mediante seu comportamento, transmite mensagens comuns aos membros de uma mesma cultura. Tais códigos prevêm variantes e ramificações, com o fito de adaptar-se a situações diversas, o qual permite ao executante uma ilusão de liberdade.

2) A comunicação está presente em todos os fenômenos sociais mas não os esgotam. Assim, um estudo sócio-histórico dos comportamentos significativos presentes na interação humana que se

²⁸ Goldmann, Lucien. *Ciências Humanas e Filosofia: O que é Sociologia?*. São Paulo, Difel, 1980, p.27.

²⁹ Goldmann, L. *Epistemologia e Filosofia Política*. Lisboa, Ed. Presença, 1978, p. 101.

³⁰ Cardoso, C. F., op. cit., p. 80-81.

empreenda a partir de um ângulo semiótico deve se articular a uma teoria das formações econômico-sociais.

3) Numa sociedade coexistem e se articulam múltiplos níveis de codificação e muitos códigos, bem como existem diversos grupos sócio-semióticos. Pode-se dizer, porém, Que a classe dominante numa sociedade é também 'a classe que possui o controle da emissão das mensagens verbais e não-verbais constitutivas de uma dada comunidade'."

A partir dessa última proposição decorrem as seguintes condições:

"a) A função principal dos códigos comportamentais é que todos juntos, sirvam para conservar a sociedade tal como é, para coesão dos grupos sociais maiores.

b) A classe dominante aumenta, na medida do possível, a redundância das mensagens que confirmam sua própria posição, e pelo contrário trata de perturbar com ruído e distúrbio a circulação e a codificação de mensagens que possam por em dúvida tal posição.

c) Existem relações necessárias entre um código ou códigos hegemônicos em uma sociedade por um lado e códigos subordinados por outro.

d) O estudo dos códigos sociais e suas relações deve articular-se a uma Teoria do Poder e das Ideologias.

e) À medida em que as distintas classes sociais de uma dada sociedade partilham certos códigos básicos – já que formam necessariamente uma comunidade semiótica – 'em todo signo ideológico se enfrentam índices de valores contraditórios – o signo se torna a arena em que se desenvolve luta de classes'.

(Bakhtin) "

(os grifos não são do autor).

B- PRESSUPOSTOS PARA UMA ANÁLISE HISTÓRICO-SEMIÓTICA DA MENSAGEM FOTOGRÁFICA

É indiscutível a importância da fotografia como marca cultural de uma época não só pelo passado ao qual ela nos remete, mas também, e principalmente, pelo passado que ela traz à tona. Um passado que revela, através do olhar fotográfico, um tempo e um espaço que fazem sentido. Um sentido individual que envolve a escolha efetivamente realizada e um coletivo que remete o sujeito a sua época. A fotografia, assim compreendida, deixa de ser uma imagem retida no tempo para se tornar uma mensagem que se processa através do tempo.

A fotografia, ao ser interpretada como mensagem, direciona a análise para o estudo das linguagens, no contexto de uma abordagem semiótica.

Segundo Rossi-Landi é importante perceber que existem formas comunicativas mais profundas e menos advertidas que as verbais, e mesmo sem saber emitimos mensagens não-verbais.

Os sistemas de signos não verbais são todos aqueles que servem-se de códigos fundados sobre objetos independentes da existência de sons articulados. Portanto, são

definidos em primeira instância pela falta de linguagem verbal e por uma independência comunicativa em relação a ela, como explica Rossi-Landi:

“Não-linguísticos são os comportamentos significantes ou os códigos constituídos por objetos produzidos pelo homem, ou códigos que de um modo ou de outro existem na natureza”³¹.

Existem nas sociedades uma gama variada de sistemas sgnicos não-verbais, que revelam, justamente a ação do homem sobre a natureza e o seu relacionamento com o grupo, gerando formas comunicativas diversas que podem ser relativas: às atitudes, gesto e movimento; ao uso do espaço por parte do homem e o significado das relações espaciais para cada cultura; aos objetos produzidos pelo homem; às instituições, como sistema jurídico, o mercado econômico, etc, e finalmente, àqueles sistemas inscritos na natureza, tais como o código genético, a comunicação das abelhas, etc³².

Com efeito, os sistemas de signos tanto verbais como não-verbais, são os fundamentos dos programas sociais de comportamento; sendo fruto de trabalho social compõem o quadro cultural de uma sociedade. Neste sentido, a compreensão da cultura, enquanto forma de apreender e transformar as relações sociais passa pela análise dos sistemas sgnicos.

Sob este aspecto a própria fotografia integra um sistema de signos não-verbais, que pode ser compreendido por um duplo ponto de vista:

- 1º) Enquanto artefato produzido pelo homem que possui uma existência autônoma, quer seja como relíquia, lembrança, etc.
- 2º) Enquanto mensagem que transmite significados relativos à própria composição da imagem fotográfica

No primeiro caso o objeto é a unidade integrante do sistema sgnico, que por sua vez, possui um campo de circulação pequeno, muitas vezes restrito a somente uma família. Já no segundo caso, o signo constitutivo é a própria imagem fotográfica. No entanto, ambos os pontos de vista se fundem ao compreendermos a fotografia como uma forma comunicativa mediante o uso de artefatos e analisá-la tendo em conta a totalidade do processo produtivo da fotografia, ou seja, desde o ‘clic’ da máquina até a veiculação, circulação e consumo da imagem fotográfica. Tal procedimento revelaria todas as implicações culturais e ideológicas deste processo, tendo em vista Que a imagem elaborada coloca-se como uma escolha realizada num conjunto de escolhas possíveis.

Neste sentido, sua análise deve resultar tanto num ponto de vista social – daquele que ao apertar o botão tira da realidade significados que sofrem a influência da visão de mundo, no qual está inserido – quanto aspectos da tecnologia fotográfica contemporânea que possibilitou, ou não, a existência de determinadas imagens; além de avaliar se a classe social, na qual o produtor estava inserido lhe dava acesso a tais recursos técnicos.

³¹ Rossi-Landi, op. cit., p. 194-210.

³² Idem, p.195.

Assim o procedimento adequado analisa a fotografia como uma mensagem composta por um sistema de signos não-verbais deve, acima de tudo, como Emílio Garroni indica, compreender

“a imagem no interior de um paradigma que relaciona o efetivo ao possível, o realizado as possibilidades de realização. Além da própria referência sintagmática. Ao compor essa dupla referência a imagem é mensagem”³³.

Este autor destaca que tal característica não se limita à foto, estende-se ao cinema, às artes plásticas, etc. Todas consideradas como expressão de comunicação não-verbal, que podem e devem ser entendidas a partir do que ele chama de caráter aparente, ou seja:

“uma oposição de planos, a escolha de um enquadramento, a montagem sobre trechos curtos, a opção por metáforas, a organização de um enredo através da composição de um plano-sequência, a mensuração do tempo, etc”³⁴.

Tudo isso compões a estrutura de significação da imagem, demandando um modelo de análise semiótica que de conta justamente desse caráter não-verbal.

Foi justamente com este objetivo que se estruturou a análise deste trabalho.

C) ESTRUTURAÇÃO DOS QUADROS DE ANÁLISE

É importante retomar, para este item, alguns aspectos da epígrafe do presente capítulo, na qual Cartier-Bresson destacou, com bastante precisão, os aspectos não-verbais da linguagem fotográfica: “*fotografar é (...) reconhecer o fato e a organização rigorosa das formas percebidas visualmente que exprimem o significado deste fato (...)*”³⁵.

Assim, o tamanho e o formato determinados, o enquadramento certo e a nitidez exata compõem um texto imagético para cada tema e lugar. Em tais imagens podem estar partes de uma história, noções de bem-vestir, aspectos de desenvolvimento urbano da cidade, flagrantes da ‘vida real’, etc; um conjunto de programações sociais de comportamento, relativas a uma determina ideologia.

Neste sentido, o objetivo deste trabalho é, através de análise histórico-semiótica da mensagem fotográfica, reestruturar os quadros de representação social e os códigos de comportamento da classe dominante carioca, ao longo dos primeiros cinquenta anos do século XX.

³³ Garroni, Emílio. *Projeto de Semiótica*. Lisboa, Ed. 70, 1980, p. 68.

³⁴ Idem.

³⁵ Cit. Beaumont Newhall. “The Instant Vision of Henri-Cartier Bresson”, *Camera*, October, 1955, p. 485. Cit. por Roseblum, Naomi, *The World History of Photography*, New York, Abbeville Press, 1988.

Tal período foi escolhido por estar relacionado tanto à formação na cidade do Rio de Janeiro, de uma classe dominante urbana, que gradualmente assume o padrão burguês de comportamento e representação, quanto à própria história da fotografia que, ao longo deste período se moderniza, cria um mercado consumidor substancial e invade os meios de comunicação contemporâneos, como a forma mais eficaz de transmitir mensagens.

O primeiro passo para o desenvolvimento da análise foi a escolha dentro do universo da classe dominante, de duas agências de produção da imagem fotográfica que caracterizassem tanto o âmbito familiar, mais restrito e privado, quanto ao âmbito social, mais amplo e público. Assim, optou-se por analisar a coleção de fotografias familiares pertencentes a Sra. Mariana Jabour Mauad, gentilmente cedidas pela dona, e duas revistas ilustradas: CARETA e O CRUZEIRO cuja escolha será justificada no Capítulo IV, pertinente a sua análise.

O segundo passo foi a elaboração de um eixo de análise que desse conta do caráter não-verbal da fotografia e possibilitasse a reestruturação da mensagem fotográfica transmitida por ambas as agências. A partir dessas premissas o eixo escolhido foi o da codificação da noção de espaço.

Tal noção atua como suporte de um modelo de análise tanto por ser a *forma elementar em que enquadramos a experiência para poder percebê-los e reuni-los em categorias*³⁶, como por ser o *“referencial ulterior de todas as linguagens”*³⁷ e por estar presente no nível do conteúdo e da expressão. Vale lembrar que tal noção é também histórica, ou seja, relativa à época, na qual foi produzida.

Por outro lado, levando-se em consideração que a mensagem fotográfica é uma mensagem analógica³⁸, composta por signos icônicos e, assim sendo, guarda uma relação substitutiva para com a realidade, a utilização da noção de espaço como suporte da análise é fundamental, no sentido de formular categorias de análise presentes nos dois níveis acima relacionados.

Tais categorias deveriam traduzir as formas de vivenciar a experiência de ir e vir nos espaços da cidade, na utilização do espaço privado, na valorização de determinados espaços em detrimento de outros, na composição de uma identidade de classe através de um mesmo quadro de representações sociais, etc; enfim, uma categorização que permitisse a compreensão dos códigos veiculados pela mensagem fotográfica e conseqüentemente das programações sociais de comportamento por eles formuladas.

A estruturação da análise nos níveis do conteúdo e da expressão, como também a compreensão da imagem fotográfica como um signo icônico, implicam numa opção teórica que, tal como foi proposta por Umberto Eco³⁹, visa interrelacionar a perspectiva de Peirce às posteriores contribuições de Hjelmslev.

³⁶ Eco, U., op. cit., p. 185.

³⁷ Ostrower, Fayga. “A Construção do Olhar”, In: *O Olhar*, Vários autores, São Paulo, Companhia das Letras, 1988, p. 173.

³⁸ Veron, Eliseo. *Ideologia, Estrutura e Comunicação*, São Paulo, Ed. Cultrix/Edusp, 1980, p. 127.

³⁹ Eco, Umberto. *Conceito de Texto*, São Paulo, Edusp, 1984, p. 18.

Na primeira perspectiva, ainda de acordo com Umberto Eco, devemos considerar: “os chamados signos icônicos como textos visuais que não são ulteriormente analisáveis nem em signos nem em figuras”⁴⁰, mas somente de acordo com o contexto. Neste sentido, propõe que se pense, não em signos icônicos individualizados, mas num texto icônico que, antes de depender de um código, “é algo que institui um código”⁴¹.

Enquanto textos icônicos, relativos a um contexto, a imagem fotográfica só é passível de ser analisada segundo a concepção de Hjelmslev, segundo a qual,

“todo o signo, todo o sistema de signos, toda a língua, enfim, abriga em si uma forma de expressão e uma forma do conteúdo. É por isso que a análise do texto deve conduzir, desde o seu primeiro estágio, uma divisão nessas duas grandezas”⁴².

Por plano da forma da expressão, compreende-se as opções técnicas na construção da imagem: tamanho, formato e suporte (na fotografia impressa estabelecer a relação com o texto escrito), o tipo da foto (posada ou instantâneo), o sentido da foto (horizontal ou vertical), a direção (direita, esquerda ou centro), a distribuição dos planos, o arranjo e o equilíbrio (objetivo central), foco, impressão visual (textura), iluminação e o produtor.

Por plano da forma do conteúdo, compreende-se as opções temáticas: a agência, local retratado, o tema, as pessoas, os objetos, os atributos das pessoas, os atributos da paisagem e a medida do tempo (dia ou noite).

Ambos são compreendidos como um sistema de unidades culturais que mantém a característica fundamental demandada por Hjelmslev: “são solidários e um pressupõe necessariamente o outro. Uma expressão só é expressão porque é expressão de um conteúdo e vice-versa”⁴³. Assim pontos precisos da forma do conteúdo correspondem a pontos precisos da forma da expressão, tal correlação foi denominada por Umberto Eco de função símica⁴⁴.

Estes sistemas culturais são a base de cinco categorias espaciais estabelecidas para a estruturação final da análise. São elas:

- I- Espaço Fotográfico: compreende o recorte processado pela fotografia. Incluindo-se a natureza deste espaço, como se organiza, que tipo de controle pode ser exercido na sua composição e a quem este espaço está vinculado: amador ou profissional. Nesta categoria estão sendo considerados os itens contidos no plano da expressão. Respectivamente: tamanho, formato, enquadramento, nitidez e o produtor. Procurou-se avaliar a forma da expressão fotográfica.

⁴⁰ Eco, U. “Tratado Geral de Semiótica”, op. cit., p. 189.

⁴¹ Idem.

⁴² Hjelmslev, Louis. *Prolegômenos a uma teoria da linguagem*, São Paulo, Ed. Perspectiva, 1975, p. 62 e 63.

⁴³ Idem, p. 53.

⁴⁴ Eco, Umberto. *Formas do Conteúdo*, São Paulo, Ed. Perspectiva, 1974, p. 21.

- II- Espaço Geográfico: Compreende o espaço físico representado na fotografia. Procurou-se caracterizar os lugares fotografados, a trajetória de mudanças ao longo dos anos que a coleção cobre e nesta trajetória, as oposições cidade e campo, fundo artificial e natural e espaço interno e externo. Nestas categorias estão incluídos os itens: local retratado, ano e atributos da paisagem, todos contidos no plano do conteúdo.
- III- Espaço de objeto: Compreende os objetos fotografados tomados como atributos da imagem fotográfica. Analisa-se a partir desta categoria a lógica existente na representação dos objetos, sua relação com a experiência vivida e com o espaço construído. Estão incluídos na sua composição os itens tema da foto, objetos retratados, atributo das pessoas e atributos da paisagem.
- IV- Espaço de figuração: Compreende as pessoas retratadas, a natureza deste espaço, a hierarquia das figuras e os seus atributos. O item pessoas retratadas, do plano do conteúdo, e atributos das pessoas, do plano do conteúdo, e distribuição dos planos e objetivo central, do plano da expressão, integram esta categoria.
- V- Espaço da Vivência: Compreende o tema da foto. As atividades que mereciam ser fotografadas e os tipos de fotos que destas surgiam. Os índices tema da foto, local retratado, figuração, produtor e as principais opções técnicas compõem esta categoria.

Tais categorias compõem o roteiro do Capítulo III, relativo a análise das fotografias familiares e do Capítulo IV, relativo à análise das fotografias das revistas ilustradas.

Os dois primeiros capítulos foram dedicados a composição do contexto sócio-cultural da análise, tanto do ponto de vista do comportamento da classe dominante, temática do Capítulo I, quanto do ponto de vista da história da fotografia no Rio de Janeiro, desenvolvida no Capítulo II.

Os dois primeiros capítulos foram de dedicados a composição do contexto sócio-cultural da análise, tanto do ponto de vista do comportamento da classe dominante, temática do Capítulo I, quanto do ponto de vista da historia da fotografia no Rio de Janeiro, desenvolvida no Capítulo II.

Por fim, o Capítulo V, voltou-se para uma análise comparativa da mensagem produzida por ambas as agências e para avaliação do aspecto ideológico de tal mensagem.

CAPÍTULO I

SOB O SIGNO DA IMAGEM

“Eram caminhões, bondes, autobuses,
anúncios luminosos, relógios, rádios,
motocicletas, telefones, gorjetas,
postes, chaminés... Eram máquinas
e tudo na cidade era só máquina.”

(Mário de Andrade – Macunaíma)

1.1 – IMAGENS E SIGNIFICADOS

Imagens eternas dos contornos dos morros e da imensidão do mar. Imagens da cidade no vaivém dos automóveis e na majestade dos prédios. Imagens das pessoas caminhando conta o fundo de vitrines e sinais luminosos. Imagens de lazer e excitação no formigueiro da praia dominical. Imagens claras, nítidas e monocromáticas, variando em tons de cinza e marrom.

Rio de Janeiro, espaço vivido, que faz e produz sentido, cujo código de imagens assume formas diversas: clichês fotográficos, fitas cinematográficas, crônicas, novelas de rádio, música, etc..

Cinquenta anos de imagens que traduzem comportamentos, valores, idéias, desejos e sentimentos, produzidos e reproduzidos ao longo das décadas, compondo a cidade, seus habitantes e o seu modo de vida, a partir de um certo olhar.

Em sucessivas cenas, o Rio, Capital Federal, torna-se metrópole burguesa. Nesse processo, um mundo de signos é produzido na experiência coletiva, fornecendo a tônica do tempo vivido. Signos que emergem no presente como possibilidade de compreensão de uma certa versão de passado.

1.2 – DONOS DE UM CERTO OLHAR

Quem fala nesta parte são os cultuadores do dandismo e beletrismo da Belle Époque, que se travestem de almofadinhas e melindrosas, que bronzeiam a pele em Copacabana, tomam sorvete na Americana depois da sessão vespertina do Odeon. São os que olham o Rio por cima das janelas dos arranha-céus e “fazem a avenida” às 16:00 h a caminho do “five o'clock tea” na Colombo. São os que civilizam o Rio de Janeiro, derrubam o morro do Casteb e constroem a Presidente Vargas. Que andam na primeira classe dos “bonds” do Jardim Botânico ou passeiam pela Beira-mar num Bayard-Clement último tipo. São os que jogam na bolsa de valores, são acionistas da Light ou do Banco do Brasil, além dos negócios de importação e exportação. São os que, no verão, sobem para Petrópolis, fugindo do cheiro e das doenças que exalam do suor do povo, que votam na UDN, mas algum dia festejaram a “Revolução” juntamente com a primavera, nas batalhas de Flores na Praça da República.

Cultuadores do ornato, do status, da aparência e “do que dirão”. São “chics”, “up-to-date” ou “tran cham”. Vivem no Brasil com um olho na Europa e o outro nos E.U.A.. Burguesia, elite, grã-finagem, “jet-set”. 300 de Gedeão, “grand-monde”, “high-life” são nomes intercambiáveis que escondem, sob a aparência do bem-viver, códigos de comportamento e representação social. Importantes agentes criadores de um modo de vida, que discriminam uns e coopta outros, que hierarquiza o espaço, dignificando-o ou rebaixando-o, que eleger o consumo como norma de vida, que dita modas e cria ilusões.

1.3 – AMANHECER EM 1900

“Logo mais, à meia-noite, S. Silvestre, com um ar de quem já anda profundamente enfadado da eternidade do seu ofício, há de virar brutalmente a ampulheta das eras, e o último ano do século começará a correr. O último ano? Parece impossível: mas há quem duvide disso. Ainda há poucos dias, dois homens sérios, num bonde, atacaram-se por causa dessa enfadonha questão, e passaram da citação dos argumentos pessoais à citação dos argumentos alheios, da citação dos logarítimos e dos logarítimos às vias de fato, por pouco acabariam ali mesmo crivados de facadas, antes de saber quando acaba o século (...). O que sabemos com certeza é que hoje, à meia , o ano de 1899 exalará o seu último alento, e dará um mergulho no grande abismo (...). Este que morre hoje foi bem melhor que o seu antecessor (...). Houve de tudo nesses 365 dias. Festas e desastres, sorrisos e choros, alegria e peste. O outro ano foi um ano mole, ano em que não se correram rios de champagne em homenagem a um chefe de nação amiga, ano em que não houve peste bubônica em eleições gerais. Este que morre hoje sim. Fartou-se de dar a gente comoções violentas...”¹.

Mil oitocentos e oitenta e nove, um ano síntese de contradições da cidade colonial que entrava compulsoriamente na modernidade: peste convivendo com *champagne*, eleições gerais com queima de dinheiro, a república real com a república sonhada, o governo com o desgoverno. Um momento de dúvidas e valores intercambiáveis, quando a simples passagem de ano era motivo para tão acirrada discussão. Talvez não tão simples assim, pois não era somente um ano que se passava e sim um século que virava e com ele, toda a carga de expectativas e desejos de mudança... O que viria depois de 1899 dar o seu mergulho no grande abismo?

A resposta vivida a esta pergunta é Gastão Cruis, um dos cronistas da cidade, quem responde:

“O Rio das acrobacias agüestres no S. Pedro e das Pantomínias aquáticas no Lírico; do Pantheon Ceroplástico e do Animatógrafo de Paschoal Segreto; da chegada de Santos Dumont; da Europa curvou-se diante do Brasil (...) dos grandes incêndios quase semanais em que o povo acorria para ver o trabalho dos heróis do fogo: e das primeiras ambulâncias, chamadas para tudo, até para resolver bate-bocas em família. O Rio das batalhas de Flores na Praça da República; das excursões para Petrópolis e garden party no Jardim Botânico (...); do ciclismo e do tiro ao alvo; das coleções de postais e dos torneios de xadrez e dos ringues de patinação. Rio de Rosmerholm da Duse, da Fedra da Suzane Deprés. De Boriska e da Bugrinha no Cassino Nacional (...) do ‘vira vira’ no Maison Moderne para a Bela Olímpia semi-ânua (...) Rio d’O binóculo de Figueiredo Pimentel e dos ‘300’ de Gedão de Bilac; do Tout Rio e do Set Carioca dos smarts e dos encantadores. Dos grandes bailes no Monroe e da inauguração do Clube Naval; das recepções de Dona Laurinha em Santa Tereza, e do casal Azevedo na Praia de Botafogo; das viagens fáceis à Europa, com animados bota-fora no cais Pharoux, e dos retratos tirados em Paris, na ‘celle’ de um avião de brinquedo, estampados aqui no Fon-Fon ou na Careta. Dos corsos (...) do five o’clock tea na Cavé ou na Lallet, e dos 6 às 8 entre o semi-monde na Colombo. Rio do Café Belas Artes e da Confeitaria Castelões, do Café Rio e dos grupos à porta da Garnier (...) Rio da Campanha civilista com o verbo de Rui Barbosa, do beija a mão do Pinheiro Machado (...) das conferências sobre o ‘legue’ , o ‘beijo’; da platéia do Fenix devassando as nossas florestas e pervagando os nossos rios através da palavra de Rondon (...) das ruidosas estréias literárias (...) Em que se lia Antole France e se citava Oscar Wilde (...) Dos dobrados de anacleto, das valsas, dos tangos, polcas e modinhas. Rio em que os homens se penteavam no Doublet e faziam camisas na Coulon (...) Em que as mulheres usavam coletes da madame Garnier ou Dupeyrat e tinham cintura ‘devant droit’ (...) Em que as moças aprendiam o francês puro do Sion e os rapazes praticavam o argot nas pensões da Valery e da Antoinette. Dos gigolôs de luxo que, não raro, eram a tranqüilidade dos Vieux Marcheurs (...) Rio do fraque de brim branco do João do Rio e do guarda-chuva de Paulo de Frontin (...) Rio da Palace, Político e Bohemios; das ceatas no Assírio e no Mourisco e das chapanhotos no Mére Louise. Das voltas pela Tijuca em grandes carros abertos. Rio dos carnavais em

¹ Gazeta de Notícias 31.12.1899.

que se cantava: Vem cá mulata, Iaiá me deixa. Das grandes sociedades e dos cordões de circunstâncias; dos primeiros êxitos cinematográficos de Max Linder (...) Rio em que se adoecia barato e se morria mais brasileiro tomando peitoral Cambar (...) O Rio assustado do quebra-quebra dos lampiões, do levante da escola militar e da Revolta da Chibata”².

Gastão Cruls, através dessas imagens, compõe um caleidoscópio cultural do Rio na primeira década, cujos hábitos e costumes se prolongam até 1920.

1.3.1 – NASCE UMA METRÓPOLE

A cidade estreita e sinuosa, cujo recorte colonial entravava a circulação tanto do ar como de mercadorias e capitais, não condizia, há muito, com a posição de Capital Federal, à qual a idade foi alçada com a Proclamação da República. Esse estado de inadequação evidenciou-se a partir de 1898, com o primeiro “*fundings-loan*”. Com essa medida o Brasil recuperaria a sua credibilidade internacional; cresceria a necessidade de o país entrar na era do progresso e da civilização³.

A forma urbana da cidade era incongruente, pois impunha a convivência do Brasil pobre, negro e cheio de moléstias com o Brasil civilizado, branco e são, além de ser materialmente incapaz de dar conta do crescente movimento comercial, devido à precariedade do porto e vias de circulação no interior da própria capital⁴. O Rio de Janeiro, Capital Federal, sofre, nos primeiros vinte anos desse século transformações que se inserem na lógica da expansão capitalista iniciada em fins do século XIX, que se estende para os países da periferia, à medida que a Segunda revolução industrial amplia a taxa de investimento dos países industrializados⁵. Uma transformação que atinge a maioria das capitais dos países periféricos:

“que se aproveitavam da riqueza de todo o país através de impostos e do gasto público, constituindo-se no mercado interno mais importante, acentuando-se a conjunção do poder econômico e do poder político, à medida que crescia o volume das operações comerciais e financeiras. Nas capitais tiveram o seu centro os grandes intermediários, os banqueiros, os exportadores, os financistas, os magnatas da bolsa. E as burguesias dominantes buscaram que a fisionomia da cidade refletisse a imagem de um país próspero e moderno.”⁶

Urgia adequar a imagem da cidade. A primeira medida nesse sentido foi empreendida no governo do presidente Rodrigues Alves, que concede plenos poderes ao prefeito da Capital Federal, Francisco Pereira Passos, para reformar a cidade. É Luiz Edmundo quem descreve a ação civilizadora do prefeito:

“Passos vence a rotina. Declara guerra aos bacalhoeiros da rua do mercado, aos tamanqueiros do Beco do Fisco, aos mestres de obra que constroem no estilo campoteira e outros autores do atraso nacional (...), cria posturas mandando alargar as divisões das casas, manda rasgar janelas nos aposentos de dormir, enche a morada de luz e de ar, de vida e saúde! Manda derrubar construções arcaicas (...), cria o serviço de assistência pública (...) primeiro serviço que tivemos; extingue a caincalha que vivia infestando as ruas da cidade; acaba com a gritaria dos pregões coloniais, mete os mendigos no asilo,

² Cruls, Gastão. “Aparência do Rio de Janeiro”. Livraria José Olympo, Editora, Coleção Documentos Brasileiros, RJ, 1949, p. 583-587.

³ Sevcenko, N. “Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República”, SP, 2ª Ed., 1985, p.30, Ed. Brasileira.

⁴ Soihet, Rachel. “Condição Feminina e formas de violência: mulheres pobres e ordem urbana 1890-1920”. RJ, Forense Universitária, 1989, Cap. I, Sevcenko, N. op. cit., p.28.

⁵ Soihet, Rachel. op. cit., p. 32. Sevcenko, N. op. cit., p.42.

⁶ Soihet, Rachel. op. cit., p.30

acaba com os ambulantes, (...) alarga ruas, cria praças, arboriza-as, calças-as, embeleza-as, termina com a imundice dos quiosques e diminui a infâmia dos cortiços”⁷.

Enquanto Luiz Edmundo elogia, as crianças na carrocinha cantam,

“Nesta jaula endiabrada. Criação de um gênio atroz, vamos nós de cambulhada, como um bando de totos. Nesta terra de Avenidas, de conversão e café, não nos são mais permitidas doces viagens a pá. Apenas anda na rua gente do tom e da moda. O mais vai pra cafua, o mais num instante roda. Já de foram os cachorros, agora cá vamos nós. Fugi vós para esses morros, pois amanhã ireis vós”⁸.

Na sua canção revelam o caráter discricionário das medidas saneadoras.

A cidade reformada torna-se símbolo do Brasil regenerado, pronto para reconstruir a sua imagem na Europa. Um pequeno texto publicado na revista Fon-Fon, em 1907, revela tal preocupação. O título é: “*Propaganda do Brasil na Europa*”. Ilustrando estão um índio, uma esfarrapado e um senhor de terno, bengala, chapéu e monóculo e, sob cada um, respectivamente, os seguintes dizeres: “*Eu era assim, cheguei a ficar assim, agora sou assim*”. O texto destaca a importância do reconhecimento Europeu, “*porque se a Europa não nos souber no mundo, nós não o estaremos de fato*”. Além de aconselhar ao governo a contratação de homens-sanduíches, que carregavam cartazes ilustrados com um convite explícito: “Brasil, Venham!”⁹.

A Avenida Central, ponto de honra de reforma urbana, com quase 2 Km e 33 metros de largura, custou aos cofres da união cerca de 46.772 contos¹⁰, e sua concepção foi uma exaltação ao progresso, com tudo o que este, na época, podia oferecer. Às vésperas da sua inauguração, a imprensa carioca já festejava a sua chegada:

“Ah! Bem haja esse movimento forte e restaurador, esse esse... hercúlio... movimento de trabalho e progresso, que vai transformando o Rio de Janeiro, outrora todo colonial (...), em ampla cidade de amplas avenidas (...) banhadas de higiene, forradas de civilização! Visitamos ontem a Avenida ,magnífica que o governo federal vai apresentar a cidade, que já muito deve à iniciativa poderosa e à clara visão de engenheiro do seu prefeito (...)”¹¹.

Materializado através dos focos luminosos, o progresso se fez palpável e passível de admiração. Enquanto uns puderam fazer a Avenida, outros limitaram-se simplesmente a assistir a ela. A Avenida Central, cartão postal do Rio regenerado, significa muito mais do que a vitória de uma demanda política. Apresenta-se, poucos anos depois da sua inauguração, com lojas funcionando e a maioria dos prédios construídos, como signo por excelência de um novo código de representação social. É o espaço incorporando funções sógnicas, através de sua amplitude e das fachadas elegantes. O espaço da Avenida é palco, local de ostentação e exibição.

Além da avenida Central, a reforma municipal abriu a avenida Beira-Mar, ampliou o porto, embelezou ruas, alargou outras, criou o pavilhão de regatas do Flamengo e do Mourisco, a vista Chinesa, o Parque de S. Cristóvão, o teatro Municipal e o teatrinho Guignol para crianças, localizadas em Botafogo. Enfim, a reforma urbana, presidida pelo poder e concebida inicialmente como uma necessidade evidente da cidade, diante das novas funções assumidas no contexto internacional, “*se estenda pelos hábitos, costumes, abrangendo o*

⁷ Edmundo, Luiz. “O Rio de Janeiro do meu tempo”, RJ, Ed. Conquista, 1957, Vol. 10, p.31.

⁸ Fon-Fon! 15/4/1907.

⁹ Fon-Fon! 8/6/1907

¹⁰ *Nosso século*, SP, Ed. Abril, 1980, Vol. I, p.41.

¹¹ JB. 14.11.1905 cit. “Rio de Janeiro de Pereira Passos: uma cidade em Questão II”, Giovanna Rosso Del Brenna, (organizadora), Rio de Janeiro: Index, 1985, p. 391-392.

próprio modo de vida, e organiza de modo particular todo o sistema de compreensão dos agentes que a vivenciaram”¹².

1.3.2 – GEOGRAFIA DO SER MODERNO

A imagem que prevalece, nos primeiros vinte anos do século XX, tanto nas fontes escritas como nas fotográficas¹³, é a da cidade transformada em cartão postal da modernidade carioca. O espaço dignificado atua como signo de um estilo de vida civilizado. Uma nova geografia do ser moderno se impôs sobre a cidade, elegendo como espaços da aparência: salões, confeitarias, cafés, cinemas, livrarias e a própria rua. Tal como um cenário de pura fachada, estes espaços existem para que a nova classe em ascensão – a burguesia – se identifique, contribuindo, assim, para o vir a ser, à medida que só existem em função de uma vivência social. São formas de um conteúdo, sendo, portanto, impossível dissociar desses espaços os comportamentos que lhe estão subjacentes.

A rua, neste conjunto, destaca-se, pois *“nas grandes cidades a rua passa a criar seu tipo, a plasmar o moral de seus habitantes, a inocular-lhes (...) gostos, costumes, hábitos, modos e opiniões”*¹⁴. A Avenida Central é, ao longo das duas primeiras décadas deste século, o exemplo clássico desta tendência. Nela passava quem queria ser notado e quem era notado mesmo sem querer. Na época até se cunhou uma expressão *“Fazer a Avenida”*. Álvaro Lins explica o seu significado: *“atravessava-a um cortejo de carros, vitórias, automóveis e bicicletas. De tarde, depois do jantar, em quase todas as casas, o chefe de família dizia à mulher e aos filhos: - Agora vamos fazer Avenida – era uma frase típica da época”*¹⁵.

Uma expressão típica que traduzia um desejo próprio da época, pois *“fazer a Avenida implicava até um grau moral. E todos se preparavam para isto. Ninguém vinha sem a melhor roupa para a sala de visitas da cidade. Os cavalheiros no maior prumo. As senhoras na maior elegância. E aquilo era mesmo um boulevard parisiense cheio de palácios franceses”*¹⁶. O desejo de se tornar a própria imagem que supunha refletir, *“a vontade da classe dominante de se perceber enquanto parte da humanidade ocidental avançada”*¹⁷.

Enquanto isso, em 1905, a Revista Kosmos despedia-se da rua do Ouvidor; *“sobre o seu destino pesa melancolia das dinastias que se extinguem. A Avenida já te ofusca”*¹⁸. Ofuscava pelo brilho das vitrines, pela farta publicidade, pelos detalhes das fachadas e pela amplitude da rua. Diante dos 33 metros da av. Central, a Ouvidor Não passava de um *“beco de luxo”*, entre tantos outros becos da cidade colonial. Era o espaço capitalista que se impunha. Rapidamente o comércio de luxo para lá se encaminha, as representantes das firmas internacionais instalam os seus escritórios nos recém-construídos arranha-céus de seis andares. Os cinematográficos, que antes perambulavam pelas salas dos teatros e casas de diversão, também lá se instalaram.

Fazer a avenida, utilizando a expressão da época, significava que o consumo de modelos estrangeiros tornava-se um hábito cotidiano como indica o artista:

“A Avenida num dia de sol e calor se enchia aos poucos, nas calçadas havia o reboiço de uma vida intensa de Sábado burguês. Os elegantes em grupos às esquinas, com pose, rindo das anedotas de salão

¹² Sevcenko, op. cit., p. 41.

¹³ É importante ressaltar que neste conjunto as caricaturas e ilustrações há muito se destacavam pelo seu caráter crítico e tantas vezes mordaz. Dentre os caricaturistas de renome, do período, estavam Kalixto, J. Carlos e Aires.

¹⁴ João do Rio, cit. *Nosso Século*, SP, Ed. Abril, 1980, Vol. II, p. 143.

¹⁵ Araújo, Vicente de Paula. “A Bela Época do cinema Brasileiro”, SP, Ed. Perspectiva, 1976, p. 176.

¹⁶ Pedro Nava, cit. Soihet, Rachel. op. cit., p. 52.

¹⁷ Ortiz, Renato. “A moderna Tradição Brasileira”, SP, Ed. Brasiliense, 1988, p. 30.

¹⁸ *Nosso Século*, SP, Ed. Abril, 1980, vol. I, p. 43.

e dirigindo espíritos às moças que se exibiam. Apesar do dia alegre, das cores dos vestidos e do movimento crescente (...), seu espírito de artista se sentia mal no meio de uma sociedade que vem fazer a Avenida, pois tinha horror à futilidade que domina o ambiente do sabismo que corrói a nossa originalidade, da importação considerável que fazemos do estrangeiro para sentir, viver para tudo enfim...”¹⁹.

Em tudo foram criadas condições para fruição moderna do espaço reformado, “*o Rio civiliza-se, e vai entrando pelas normas da vida carioca a exigência natural da elegância e do conforto*”, que passava pela reformulação dos estabelecimentos comerciais, pois na “*República, o comércio tomou maiores expansões, a capital perdeu o seu velho ar carrancista e começou a exigir conforto e elegância na vida comercial*”²⁰, até a utilização de calçamento de macadame, permitindo o abandono dos antigos meios de transporte, em prol do símbolo máximo do novo século: O automóvel... Fon-Fon!

Odiado pelos pedestres, cultuado por desportistas, exibido pelas senhoras ricas nas compras, o automóvel teve, na Avenida, o seu espaço por excelência. Nesta via, não existiam trilhos de bonde, estes apenas a cortavam à altura da galeria Cruzeiro (atual Largo da Carioca), e mais tarde, na década de 1920 na Praça Marechal Floriano. O espaço foi liberado ao automóvel, cujas marcas já denotavam o poder dessa recente indústria: Daimler, Packard, Peugeot, Fiat. Oldsmobile, Renault, Bayard-Clement e Brasiler entre outros. Em 1905, seis automóveis circulavam pelas ruas da Capital Federal; três anos depois esse número havia aumentado em notadas proporções, eram então trinta e cinco fonfonando pela cidade.

Foi justamente o automóvel que possibilitou uma prática típica desses anos de euforia e culto de aparências: o curso. Neste momento, como em tantos outros, fica flagrante a inadequação da Belle Époque carioca:

“Fui ao curso. Enverguei a mais elegante das minhas roupas, enluvei-me de novo e parti. Quando voltei parecia um desses montes de terra, que os funcionários da limpeza pública costumam juntar à beira da calçada... Ainda que não fosse este inconveniente, eu não teria gostado do curso... Aquilo é uma festa, um passeio de pura elegância de feitiço mundano; deixa que não possa compreender que envergue a gente fatos novos, vestidos caros e suntuosos, para fazer o curso... em carros velhos puxados pela tristeza de burros magros e guiados por cocheiros de chapéu mole e cigarro mascado no canto da boca... Ora o curso não é uma necessidade, é um luxo, e quem vai lá deve ter a compreensão exata do que seja elegância; portanto, pode e deve gastar um pouco mais e apresentar aos olhos da assistência com todas as exigências reclamadas por uma desta de luxo. Tu, felizmente compreendes o que seja exibição da vida mundana, e lá estava no seu magnífico Bayard-Clement”²¹.

Com o crescimento da cidade, o curso ficou reservado aos períodos de carnaval, quando a Av. Rio Branco e Beira-Mar ficavam repletas de carros abertos com pessoas fantasiadas de Pierrot e Colombina.

A rua é local de passagem, mas a escolha de um caminho indica que muitos outros foram deixados de lado. A opção por caminhar na Avenida Central estava carregada de um significado claro: pertencer à classe daqueles que podem passar pela Avenida. O arguto senso de observação contemporânea descreve os que passam:

“Parado no entroncamento entre a velha e estreita rua do Ouvidor com a nova e larga Av. Central, observo tudo quanto de mais distinto, de mais galante que possui a nossa moderna sociedade carioca. A passagem por esse ponto é uma das obrigações da vida mundana. Ponto obrigatório de passagem, mesmo que se alongue o caminho para os afazeres diários (compras chics ou da simples flamerie). Lá está Mme. La Contesse, traz na apoteose do nome a glória do brasão comprado do Papa, organiza festas de caridade, recebe às quintas, frequenta as temporadas do Lírico, e aos sábados, Não perde a conferência do Instituto. Assina revistas estrangeiras e nas horas vagas faz pintura à aquarela. É casada

¹⁹ Rio Ilustrado, Ano I, 20.11.1913.

²⁰ Fon-Fon! 31/8/1907

²¹ Fon-Fon! 28/9/1907

com banqueiro, conhecido homem de negócios, na classificação mundana é o que chamamos 'um dos ornamentos da nossa sociedade'. Mora em Laranjeiras²².

As tentativas de excluir, polir, organizar o espaço da rua, foram várias: a introdução de novos meios de transporte mais rápidos, como o bonde elétrico e o automóvel, tirando de circulação os tradicionais meios de transportes populares, como os 'burros sem rabo', que transportam mercadorias e faziam o trabalho de carga; a perseguição aos quiosques e 'freges', locais reservados à alimentação e recreio popular; as reclamações contra os pregões dos comerciantes ambulantes e a preocupação em introduzir novas formas publicitárias que sintetizassem, só numa olhada, o modo de vida correto a seguir. No entanto, a mais evidente foi a postura municipal que obrigava o uso de sapatos e colarinhos nas ruas. Tamanho exagero não poderia escapar da crítica da época.

"é uma idéia de truz, que vai transformar todo esse grande Rio de Janeiro em uma esparramada rua do Ouvidor (...). Seria justo que o conselho municipal estabelecesse também a perfeita correspondência entre cada bairro da cidade e as roupas e calçados que exige. Insisto nisso para que os carroceiros da Saúde não venham a se calçar como os Jacarellí e os operários do Engenho de Dentro se envolvam em caríssimos ternos da Almeida Rabello (...) Todos os humildes serão assim arrastados para as coisas elegantes, e é de esperar que os nossos habituais impedimentos de trânsito nas ruas ainda estreitas, os condutores de bonde e os cocheiros das carroças discutam o caso compaixão, mas cheio de urbanidade que lhes pede o traje chic que envergam (...) Em pouco, graças a posturas ágeis e de grande alcance, o meigo Rio de Janeiro passará a ser Rio de Janeiro – primor de elegância"²³.

Impossível de se regular, as ruas do Rio, mesmo as amplas avenidas, eram um panorama heterogêneo de cores, tipos e temas de tantas crônicas ilustradas. "*O Rio é uma cidade cosmopolita – isto já é uma frase feita. Com efeito, aqui há gente de todas as nacionalidades, desde inglês dos bancos até o chim que vende camalô e fuma ópio na rua da música, passando pelo português comerciante, o turco – fofó barato -, o italiano das verduras, o alemão das casas de chopp e o judeu dos penhores*"²⁴. E do outro lado da calçada elegante passavam saltitantes as chamadas maricotinhas que "*usam papilotes, lêem folhetins de jornais, concorrem a todos os concursos de beleza do Serpa Jr. e passam pela Gazeta só para o Figueiredo Pimentel lhes descreva a toilette no Binóculo. Só freqüentam o Lírico nas matinées e são assíduas nos dias de moda na Av. Beira-Mar, vivem nas janelas e esquinas, gostam de ouvir ritmos saltitantes (como valsas e polkas) e moram em todos os bairros*"²⁵. Cruzando a esquina nas imediações da rua da Alfândega, reunidos nas portas dos edifícios estão os "*grupos que falam em libras, compram cambiais e vendem ações e apólices*"²⁶. São os mesmos que se indignam com a "*abundância de mendigos que perambulam pelas ruas do centro, principalmente à tarde, a hora do aperitivo quando a gente se mete num canto de terrasse com uns amigos, para esquecer o resto e falar de coisas cá de dentro, e eles vão chegando, vão parando um por um, com uns queixumes muito compridos e ladainhas infundáveis*"²⁷.

Às margens da rua estão os cafés, restaurantes, parques, confeitarias, cujo acesso era mais reservado. Nestes ambientes a exibição continuava sob olhares observadores dos iguais. O vestuário, o gestual, tudo era objeto de exaltação ou reprovação, moldando-se nestes espaços, o perfil coletivo do típico cidadão burguês polido, aparando-se as arestas do provincianismo carioca.

²² Fon-Fon! 3/8/1907

²³ Fon-Fon! 13/7/1907

²⁴ Fon-Fon! 3/8/1907.

²⁵ Fon-Fon! 3/8/1907.

²⁶ Fon-Fon! 6/7/1907.

²⁷ Fon-Fon! 30/5/1914.

Os principais cafés são, “entre outros, os da última década do século XIX: o café do Rio no cruzamento da rua do Ouvidor com a Gonçalves Dias; o Java, no Largo de São Francisco, esquina de Ouvidor; o café Paris, o café Papagaio, o café Globo, na rua Primeiro de Março”. Pontos de encontro dos intelectuais da Belle Époque, dos políticos, e de todos aqueles que queriam ver e aparecer, eram locais de conversas tolas, anedotas apócrifas, citações literárias e arranjos políticos. Dos cafés olhava-se para a rua e por quem nela passava. Eram, portanto, estratégicos pontos de observação²⁸.

Como uma continuidade requintada dos cafés estavam as confeitarias: a confeitaria Colombo, Paschoal, Lallet e Cavé. Possuíam tudo o que os cafés ofereciam, em termos de possibilidade de observação e exposição, coma vantagem da maior presença feminina, que ampliava o assunto e criava as condições para o “flirt”. Era nas confeitarias que a elegância carioca se equiparava à inglesa tomando também o seu “five o’clock tea”.

Entre os parques, o mais freqüentado era o parque Fluminense, que oferecia muitas atrações, entre as quais destacavam-se, pelo caráter de novidade, o cinematógrafo, o carroussel iluminado por cerca de mil lâmpadas e a pista de patinação²⁹. O Parque Fluminense foi inaugurado em 1904. Três anos depois destacava-se no panorama carioca: “O Parque Fluminense, situado no Largo do machado, é, pela sua confortável elegância, um dos pontos preferidos para as festas ruidosas de alta gente mundana. As cariocas levam-lhes, constantemente, o luxo vestivo de suas vestes caras”³⁰.

O tradicional Jardim Botânico era o local preferido para as “garden-party”, realizadas à tarde e acompanhadas de piquenique e fotografia. Neste espaço o panorama urbano era redimensionado, sem perder as práticas do mundo civilizado, como fica exposto nos eventos especiais realizados no Parque:

“Entre as festas com que a sincera amizade brasileira celebrou a nova visita dos chilenos, sobressaiu, pelo esplendor e concorrência, o pic-nic que, no jardim Botânico, organizou o Clube Naval. A gente elegante dos diferentes bairros do Rio (...) foi mais uma vez testemunhar, o carinho que o Brasil Republicano continua a reservar a esse heróico povo (...) Inúmeras mesas. Bem sortidas emprestavam um novo aspecto ao velho parque (...) E com o crescente entusiasmo, pares ágeis em volteios de dança levantavam a poeira das alamedas, enquanto espantados, os suaves pássaros do bosque civilizado fugiam”³¹.

Mas não era somente à tarde que se desfrutavam os espaços de aparência. Com o advento da energia elétrica, o limite entre a noite e o dia perdeu a antiga precisão. A vida noturna, com isso, adquiriu um significado até então inédito. Ampliou-se o espaço da diversão e moldaram-se novos tipos urbanos.

Teatros, restaurantes e cafés-concertos compunham o roteiro noturno de uma nova boêmia. Dos expectadores de teatro a revista Fon-Fon faz uma tipologia:

“Primeiro tipo – freqüenta o Lírico, fala francês que é a língua que todos nós compreendemos. É irrepreensível no aprumo elegante de sua casaca preta e na mão direita luvas de pelica clara (...) Nos intervalos fala de Ibsen (...) usa pó de arroz e é leitor infalível do *Hachete*... Se pudesse seria secretário da legação e teria uma automóvel... Possui uma vasta coleção de cartões postais; o segundo tipo – freqüenta o recreio dramático aos domingos. Considera o teatro excelente escola moral ... Sabe de cor as falas e às vezes emprega-as à mesa farta de amigos íntimos; o terceiro tipo – é novo. Apareceu com o café-concerto. Adora maillot e faz corte as estrelas (...) freqüenta o Richard e Valéry e depois do espetáculo vai aos clubes de jogo, continuar as conquistas. É assíduo às portas da Colombo à tarde e onde haja mulheres é infalível”³².

²⁸ Broca, Brito. “Vida Literária Brasil – 1900”, RJ, Liv. José Olympio Editores, Col. Doc. Brasileiro, 3ª Ed., 1975, p. 33 e 38.

²⁹ Araujo, Vicente de Paula. Op. cit., p. 138.

³⁰ Fon-Fon! 8/9/1907.

³¹ Fon-Fon! 31/10/1907.

³² Fon-Fon! 10/8/1907.

Os frequentadores dos cafés-concertos possuíam um perfil mais definido como descreve Luiz Edmundo:

“O homem que se prezasse frequentava o café Paris, o mais chic da Capital Federal. Mis chic e melhor frequentado ... onde a *‘jeunesse dorée’* da terra dá *rendez-vous*. São atrizes que chegam em *coupés* e descem atravessando o café, que vai dar no restaurante, num halo de importância e perfume; são as grandes *cocettes* que moram pela Richard ou Valéry, acompanhadas de velhos abrihantados, de polainas brancas e monóculo; são diretores dos jornais, banqueiros, senadores e deputados, *brasseurs d'affaires*, que vão trincar um *poulet* magengo, olhando Marie Granger comer *huitres au tokay* ... Isso tudo é chic, elegante e de bom tom. Consola, agrada e delícia”³³.

O itinerário continua pelo Pavilhão Mourisco, restaurante Assírio, terrasses e bares modernos. No entanto, mesmo a euforia noturna Não é geral, mostrando que a mudança de mentalidade não possui a mesma rapidez que a do espaço:

“Que entenda quem quiser, que a mim não entra pelos labirintos da compreensão, o complicado retraimento neurastênico deste nosso povo carioca. Pois não é? ... Passam os tempos; a cidade transforma-se, civiliza-se, enflora-se com um encanto perfumado de uma série de jardins lindos, Resplandece a iluminação elétrica. Amaciam-se as ruas com asfalto do calçamento novo. Surgem, na rapidez espantosa das apoteoses, as avenidas largas e arborizadas. Multiplicam-se os divertimentos. Inaugura-se a vida no ar livre dos terrasses, a elegância dos bares modernos... E ele, o povo carioca, continua a ficar em casa, na sua pijama barata e chinelas de cordas; e os melhoramentos executados só lhe servem para encurtar o caminho que vai da repartição ou dos afazeres diários à calma pitoresca da casa em que mora”³⁴.

Pois é “*a nossa elegância ainda não perdeu costume de se deitar cedo e Não dispensar o chá caseiro, que lá está a sua espera na veneranda mesa sala de jantar*”³⁵.

Entretanto, nesses tempos de progresso e civilização, a casa nem sempre estava associada à privacidade e intimidade. Morar tornava-se sinônimo de ser. Não só a concepção arquitetônica da casa e seus objetos de decoração eram valorizados, mas a própria localização denotava um estilo de vida e uma forma de ser. A Revista Fon-Fon, pródiga em tipologias, traça o perfil dos moradores dos diferentes bairros do Rio:

“Sujeito adamado, com ares de capitalista, feições de boa vida, aspecto calmo, trazendo a mão apenas a elegância de uma valise e do Jornal da Tarde ... mora em Botafogo e é freguês da ‘Jardim Botânico’... se não é adido da legação e empregado de corretor ou de qualquer William Broad and Co. Ltda. Olha com desprezo quem mora na Tijuca ou no Rio Comprido. Cidadão afobado, chapéu enterrado nas orelhas, guarda-chuva muito apertado debaixo do braço e do outro um grande embrulho de jornal, possui um ar assustado de quem vai sempre com medo, é morador de Vila Isabel, freguês obrigatório do perigo amarelo... o destino o condenou a viajar nos bondes da Light. O mais apressado de todos é morador do subúrbio, freguês assíduo do trem da central... não é um homem mas a própria pressa, mas não esquece nunca o clássico embrulho de pão, sem embrulho de pão não se mora decentemente nos subúrbios. Morador de Santa Tereza é frequentador da ‘Carioca’. É estrangeiro, quase sempre inglês. Não usa embrulho, apenas uma valise, um número do ‘Graphic’, três magazines e uma tábua de xadrez”³⁶.

Para cada bairro, uma coleção de imagens que associavam tradição, conforto e modernização a determinados espaços, reservando-os ou mantendo-os para a fruição das camadas dominantes da sociedade. A reforma urbana de 1906 e as obras do governo Paulo de Frontin, 1919, contribuíram, através da concessão de infra-estrutura urbana nas áreas sul e central, para a hierarquização das zonas da cidade³⁷. O subúrbio, isento de benfeitorias, teve a

³³ *Nosso Século*, SP, Vol. I, p. 102, Ed. Abril.

³⁴ Fon-Fon! 4/5/1907.

³⁵ Fon-Fon! 30/5/1914.

³⁶ Fon-Fon! 4/5/1907.

³⁷ Abreu, Maurício. “*Evolução Urbana do Rio de Janeiro*”, Rio de Janeiro, IPLAN/Zahar, 1987, Cap. II.

sua imagem silenciada, a recém-criada Copacabana, amplamente beneficiada, foi muito fotografada.

Copacabana foi concebida para ser a síntese do Rio reformado, um bairro moderno, higiênico e acima de tudo naturalmente belo. Mereceu de Passos cuidados especiais, como a construção do túnel do Leme, em 1906, e o início das obras da Avenida Atlântica, que foi finalizada em 1919, no fim do mandato de Paulo de Frontin. Além das obras, o poder municipal preocupou-se em garantir, através da legislação urbana o espaço do novo bairro para a nova classe em ascensão, revogando o decreto que liberava a construção em Copacabana e obrigando que as novas construções obedecessem às disposições estabelecidas na regulamentação para edificações³⁸.

Para além da cidade, subindo a serra, estava Petrópolis, espaço tradicional de refúgio dos ricos, que mesmo depois da cidade saneada, Não se arriscava a nela permanecer durante o verão. Petrópolis reunia o ar higiênico da serra e o conforto de uma metrópole moderna, com grandes hotéis da moda, velódromo e ringues de patinação para o deleite dos mais jovens, além dos muitos bailes nas mansões. Durante o verão, lá em Petrópolis, podia-se “*avistar o mar azul da baía de Guanabara, deleitar-se com a paisagem da mata, da montanha e do mar*”³⁹, exatamente como faziam os turistas estrangeiros, enquanto o Rio ficava entregue aos ratos, aos insetos e aos pobres.

Tanto no Rio como em Petrópolis, o espaço privilegiado da casa era os salões, ponto de ligação entre o exterior da vida mundana e o interior da vida doméstica. O salão era o espaço de aparência no interior da própria morada, era nele que se realizavam os saraus, os debates literários, em que se servia o chá acompanhado “*da delícia da palestra sussurrada, em tête-à-tête, numa sala aromada de hortências, iluminada à eletricidade e cheia de mulheres lindas*”⁴⁰.

Ambiente fartamente ornamentado com objetos que geralmente tinham o toque especial da anfitriã, senhora de sociedade, viajada e muito bem relacionada. Em cada canto do salão, a referência de uma viagem ou a um presente de um admirador. O salão da senhora Laurinha Santos Lobo, situado em Santa Tereza, era o exemplo clássico:

“Era um museu. Havia um gabinete chinês coberto de velhas sedas duradouras, inestimáveis do Império Celeste, cheio de bronze e de Jades verdes, ligeiramente branco nas arestas, como miniaturas de vagas cristalizadas; os tapetes profundos onde os pés se perdiam, deslizando fofos e macios, de veludo e de seda azul e dourada, como só na China! Era um sonho do oriente!”⁴¹

Povoados com uma “*fauna inteiramente nova de requintes, de dândis e raffinés, com afetações de elegância, num círculo mundano*”, os salões criaram o tipo “*blasés*” de gestos lânguidos e displicentes, que se auto denominavam “*jeunesse doré*”⁴². O supra-sumo da superficialidade e simulacro de cópias estrangeiras.

Os salões, juntamente com os cafés, confeitarias, parques, bairros valorizados, restaurantes e *terrasses*, ruas e avenidas, compuseram uma nova geografia carioca, que associava espaço a comportamento e representação social num único código. Contudo, não foram somente os espaços da cidade que se sujeitaram a esse tipo de codificação; o próprio espaço corporal ficou sujeito a moda e vogas.

³⁸ Cardoso, Elizabeth D. et alii. “*História dos Bairros: Copacabana*”, RJ, João Fortes Engenharia/Index, 1986, p.

45.

³⁹ *Nosso Século*, SP, Ed. Abril, 1980, Vol. I, p. 30.

⁴⁰ Fon-Fon! 15/6/1911.

⁴¹ Broca, Brito. Op. cit., p. 25.

⁴² Idem, p. 20

1.3.3 – A MISE-EN-SCÈNE DO SER MODERNO

Depois de um “*five o'clock tea*” em Petrópolis, o cronista conclui: “*Sai humilhado, mas, em compensação, exuberante de satisfação, de quem sai de uma peça bem representada. Uma peça? Não um intermédio. Oh! Petrópolis.*”⁴³

Crescia a cidade e as possibilidades de enriquecimento multiplicavam-se, os antigos códigos de reconhecimento social, que orientavam a sociabilidade nos idos tempos imperiais, foram substituídos por outros, que traziam a marca de um novo tempo. A república abolira os títulos de nobreza e a distinção social vinda de berço. “*A voga de negócios efêmeros e rápida circulação de dinheiro*”, provenientes da época do encilhamento, destruiu fortunas centenárias e moldou um novo tipo urbano: “*com o exercício de repetição, com a macaqueação, com a investigação – discreta ou não – dos gestos alheios, com a percepção vigilante do outro se formavam os dandies e as cocotes*”.⁴⁴

“*Um verdadeiro culto de aparência exterior, com vistas em qualificar de antemão, cada indivíduo*”⁴⁵ era colocado em prática através de um engenhoso sistema de moda, que relacionava: clima, espaço e vestuário, produzindo novas representações sociais.

As revistas ilustradas da época encarregavam-se de marcar as “*seasons*” cariocas, já que a natureza era meio teimosa em fazê-lo: “*Com a aproximação do inverno chega para esta sessão a temporada da fertilidade de assuntos. Despovoavam-se as cidades serranas e os refúgios termaes. A alta elegância carioca prepara-se para o movimento de season*”⁴⁶. O inverno era a estação mundana por excelência, pois permitia, com a amenização do calor, a ostentação, ainda um tanto inadequada, de casacos de pele, sobrecasacas, abrigos, etc.. Uma vestimenta que estava associada à vida européia.

No inverno consuma-se o sonho máximo da burguesia da época: O Rio tornava-se a Paris dos trópicos.

“O nosso inverno, sem frio, sem árvores secas, sem neve, tem entretanto, uns crepúsculos saudosos, os mais belos do ano todo (...) As montanhas tomam aspecto de distância (...) As ruas se alongam trêmulas (...) E quando acendem-se as luzes, os reverberos dão ao Rio uma nonchalance de sonho e morbidez. Depois é a hora dos espetáculos. Automóveis param diante do Municipal, e o grande mundo vai descendo deles, envolto em capas e pelicas (...) Para as bandas do Roio, segue gente mais modesta, a admirar a sra. Judice da Costa e o tenor Ferrari, as operetas da Companhia Taveira e os últimos sucessos de paris. Os cinemas regurgitam (...) O ponto de bondes, debaixo do Hotel Avenida, é o catálogo geral do prazer urbano a preço fixo (...) mais tarde, na rua do Passeio, começam as ceias, os tangos e os rolos (...) Inverno! Estação elegante!”⁴⁷

A “*season*” carioca não significava simplesmente a mudança de vestuário, era o período em que chegavam as companhias, abriam-se exposições, anunciavam-se concertos e os salões cariocas iniciavam a sua atividade. Dentre as escolhas possíveis, a mais concorrida era a temporada do Municipal, segundo comentário da época:

“A estação teatral este ano foi inaugurada com todos os requintes da galanteria, inclusive a estréia de uma ou duas casacas novas... Inaugurou-se como sempre o teatro Municipal, onde se reunia, segundo os cronistas de melhor memória, a mais fina, a mais educada, a mais linda gente que forma o escol carioca. Estamos, portanto, em plena estação, cujo início, se não foi tão brilhante, serviu ao menos de conforto aos que não podem ir gozá-la em Paris, pois alguns deles já declararam que o Rio não é tão insípido quanto parece”⁴⁸.

⁴³ Fon-Fon!! 22/4/1907

⁴⁴ Carvalho, Maria Alice Resende de. “Letras, Sociedade e Política: Imagem do Rio de Janeiro”, Boletim de informações Bibliográficas, BIB, nº 20, 1986, p. 9.

⁴⁵ Sevchenko, N. op. cit., p. 40.

⁴⁶ Fon-Fon! 23/5/1914 – Seção.

⁴⁷ Fon-Fon! 7/3/1914

⁴⁸ Careta 11/5/1918

O verão era a estação pouco concorrida, quando subiam para Petrópolis os que podiam, e lá viviam a cidade. Para quem ficava restava o consolo das crônicas da moda, que não perdiam o tom, na árdua tarefa de criar opções para se viver uma vida elegante, mesmo no verão!

“Estamos em pleno verão. As praias, pela manhã, já se animam e os bons elegantes, cuja consciência estética se revela no plano do fato, aparecem em um traje mais leve, vestem agora, o brim, a palha de seda, o clássico chapéu de chile ou palha ... À tarde a Praia do Flamengo é uma galeria artística ... Av. central também conserva o seu prestígio com seus bares, terraços cheios e cinemas, aos sons das orquestras de damas francesas, fazendo desfilar entre cartazes berrantes das fitas do dia, o mundo cartaz da elegância contemporânea”⁴⁹.

A preocupação com os significados que se associavam à indumentária era evidente na época, pois “*pelo vestuário quase sempre se conhece a posição de um indivíduo, a cartola e a sobrecasaca são infalíveis*”⁵⁰. Reificados pela sua função santuária, os objetos ganhavam vida, através das imagens que compunham um quadro de contradições da época. Em carta ao Ministério da Justiça, o seu paletó branco reivindicava que a “*República que se republicaniza pela igualdade*”, permitisse o uso em público “*de todos os paletós sem distinção se cor e fazenda*”⁵¹. Por outro lado, a sobrecasaca lamentava a sua substituição pelo paletó branco, “*nem uma substituição digna, pelo menos. Nem uma descida gradativa e honesta ao paletó de alpaca, meu sucessor hierarquicamente legítimo, nada disso, nada. A supressão violenta dos meus direitos e o desprezo miserável da minha antigüidade e o esquecimento absoluto dos meus serviços históricos*”⁵². As contradições não estavam só na manutenção da tradicional sobrecasaca ou na utilização do moderno paletó branco, pois vivia-se representando uma peça de progresso e civilização para uma platéia de mendigos.

O dandy joga, fuma, bebe, vai ao *club*, esgrima, é “*captain*” de um “*team*” de “*football*”, campeão do “*Tênis*” e do “*cricket*”, aos sábados veleja “*cutters*” na enseada de Botafogo. Podiam ser encontrados no “*hall do Palace, à hora do aperitivo, ou então nos centros de diversão noturna (...) como o Fênix, o Assírio ou o Palace Club*”⁵³. Os “*dandies*” eram a síntese da imagem masculina da *Belle Époque*, livre, desimpedida, desinibida e gastadora.

Já as meninas são “*encantadoras, discretas e naturais*”, devem se comportar em público “*sem a vivacidade excessiva, que desnorteia, pois desloca a mulher no conjunto harmonioso de suas linhas, dando-lhe um ar viril e abrutalhado, quando ela pelos próprios tecidos que veste exige a brandura, ... o belo sempre novo de uma adolescência perene*”⁵⁴. Liam revistas estrangeiras, estudavam no Sion e iam assiduamente ao cinema, onde tomavam conhecimento do mundo lá fora, e sonhavam em ser o tipo de mulher moderna, urbana e arrojada, tal como as atrizes de Hollywood, que povoavam as telas contemporâneas. Entretanto, os sonhos cinematográficos estavam muito longe da realidade, pois as mulheres da classe dominante, desde a mais tenra idade, eram preparadas para o casamento, que geralmente vinha, em forma de imposição, por volta dos dezessete anos.

O casamento burguês era um ritual necessário para a ampliação do capital familiar e manutenção de posições, pois na “*sociedade moderna, a posição é tudo. Quanto de sonho e de felicidade Não representa para um pai que tem filhas casadeiras, um rapaz de posição ... Dizem as gramáticas que a posição é um substantivo. Que injustiça! Posição é uma*

⁴⁹ Careta 5/1/1918

⁵⁰ Fon-Fon! 22/6/1907

⁵¹ Fon-Fon! 15/4/1907

⁵² Fon-Fon! 22/4/1907.

⁵³ Doria, A. “Moderno Teatro Brasileiro”, RJ, MEC/SNT, 1975, p. 24, cit. *Nosso Século*, SP, Ed. Abril, 1980, Vol. II, p. 116.

⁵⁴ Careta 19/1/1918

qualidade”⁵⁵. Sem dúvida, numa sociedade que deslocava para o capital o valor máximo do ser, não poderia ser considerada de outra forma. Cada vez mais, “*as relações sociais passam a ser mediadas em condições de quase exclusividade pelos padrões econômicos e mercantis, compatíveis com a nova ordem da sociedade*”⁵⁶.

Numa enquete realizada pela revista Fon-Fon no mês de maio de 1914, três perguntas foram feitas:

- Em que país desejaria viver?
- Qual o seu passatempo mais estimado?
- Quais foram as duas maiores emoções da sua vida: de dor e de felicidade?

Cerca de trinta cartas foram publicadas com respostas as mais variadas, que permitem avaliar esse novo padrão social:

“Eu desejaria viver no Japão e fazer minha vida, essa coisa esquisita e bela que é a arte dos nipões... A minha maior emoção de felicidade foi quando embarquei no Princesinha Mafalda rumo à Europa e minha maior dor foi quando embarquei no Capitão Ortegal rumo ao Brasil... Eu? Queria viver na Itália, em Florença, com um trem sempre às ordens para me levar a Paris... Eu preferiria viver em Londres, gosto de fumar cachimbo e beber gelados para ter ilusões... O meu passatempo predileto? Fingir que não sou nacional. Iludir-me ... Viver? Só em Paris... No Rio! Diga lá o que disserem isso aqui é adorável”⁵⁷.

No cenário da cidade, nas duas primeiras décadas deste século, o trabalho não era atividade a ser considerada pelos protagonistas da peça, por ainda estar associado ao estigma criado pela escravidão. Geralmente, o dandy ou o burguês argentário não possuía trabalho, simplesmente se ocupava ou possuía o próprio negócio, mas usufruiu a todo o tempo dos produtos deste trabalho. “*Tavares, meu velho amigo, vaes me prestar um favor que nunca te poderei pagar sabes o meu alfaiate anda me apoquentando há uma porção de dias por uma conta que lhe devo. Ora estou a nem e tenho mais o que fazer do que fazer do que pagar alfaiates*”⁵⁸.

Todavia, ser rico era a condição elementar para se pertencer ao grande mundo, à boa sociedade, não importava a proveniência da riqueza e sim a sua existência:

“E se tirasse a sorte na loteria? Certamente eu compraria um automóvel e passaria a fumar charutos de Havana, que são os mais caros. Depois alugaria uma casa no Leme e iria à Europa. E quem sabe não voltaria conde de lá. Sim? Depois da República há tanto conde do Papa (...) só andaria de cartola, e teria uns cartões com uma coroa em cima do nome (...) E se me lembrasse de casar, minha esposa, que mulher de fidalgo não é mulher é esposa, seria condessa. Que par mais belo nas recepções do Barão (...)!”⁵⁹

Mas o bilhete não foi premiado, mesmo assim ele persistirá comprando outros.

Continuaria persistindo para passar para o outro lado da sociedade, que cada vez mais tem a sua feição definida entre o capital e o trabalho: “*De um lado, temos o capital e a classe dos industriais; de outro, a classe dos proletários. Juntos, esses colaboradores do bem geral, imperceptivelmente vêm transformando as cidades, com seu engenho e com seu trabalho*”⁶⁰. Mesmo assim, as camadas populares resistem a essa aparência, concorrendo coma classe dominante na produção dos sentidos da cidade como fica exposto na crítica contemporânea:

⁵⁵ Fon-Fon! 22/6/1907

⁵⁶ Sevcenko, N. op. cit., p. 39.

⁵⁷ Passagens extraídas da Revista Fon-Fon dos dias 3/9/16/23/30 de maio de 1914.

⁵⁸ Fon-Fon! 10/10/1907.

⁵⁹ Fon-Fon! 31/8/1907.

⁶⁰ Jornal do Comércio 28/5/1908.

“Com a próxima chegada de El-Rey de Portugal, o Barão do Rio Branco resolve fazer um roteiro para apresentar-lhe a cidade: 1º) A guarda noturna; 2º) Banquete diplomático ou o tradicional avanço; 3º) A subida ao Sumaré; 4º) O canal do mangue; 5º) Organizaria um ‘rolo’ para mostrar o ‘não pode’; 6º) A grandeza do Brasil exigiria que se mostrasse a El-Rey uma manifestação da opinião coletiva, da sua ira, da sua força e da sua independência. Então com todos os ‘ff’ e ‘rr’ havia fazer representar uma queima de quiosques, uma quebra de lampiões ou aquele curioso cortejo que tanto encanta nos dias de motim; 7º) À noite, o maxixe, o filho mais velho da cana verde; e, por fim, o espetáculo de caçada governamental brasileira. El-Rey, de altura conveniente, apreciaria os monteiros federais, depurados pelos telhados, à caça dos mosquitos – invenção de Oswaldo Cruz”⁶¹.

1.4 – NO RITMO DO JAZZ-BAND:

“Agora sim, começa a ‘temperada’
Pois terminam as vilegiaturas
Voltam para o Rio, para a mascarada
Da vida chic, as principais figuras (...)

Enchem-se os dancings e tea-rooms
Junta o cassino as noites e as madrugadas
E na Colombo, perdem-se os perfumes
Finos, no da manteiga das ‘torradas

À noite, a sala do Trianon é ponto
Onde tudo se louva e se discute
A toque ou o manteau de mais de conto
Uma comédia, um novo rapto, um shoot

O próprio palco não tem mais encanto
Que a sala de fora. Pois, em realidade,
O palco, a peça, é fantasia, o manto sobre a sala

Fala-se ali de tudo. Gente chic usa também tesoura em casa
Do escândalo do Leme, ao despique contra um Dom Juan casado, na Lalet.

Edizem que o ‘Trianon’ é a bombonière
Do mundo chic ... Ai! Ai! Cada bombom
De queimar todo um cofre, a cem Ampères
E arruinar Martinellis e Lafonts”⁶²

1.4.1 – DUAS FACES DA MESMA CIDADE

Com uma população de 790.823 habitantes⁶³ e 20,8%⁶⁴ da produção industrial brasileira, o Distrito Federal, abre a década de 1920, com ares de metrópole em franca expansão.

A primeira guerra mundial contribuiu para um relativo incremento industrial, “a maior expansão decorreu de 1914 a 1919 graças à inflação, facilidades de crédito, colapso de importações, expansão do mercado interno e conquista do mercado externo”⁶⁵. Uma lista de setores e ramos de fabricação foram beneficiados, aproveitando a demanda pré-existente que

⁶¹ Fon-Fon! 18/5/1907.

⁶² Careta 23/5/1925, Seção Jazz-Dinner.

⁶³ Lobo, E.M. Lahmeyer. “História do RJ (do Capital Comercial ao Capital Ind. e Financeiro), RJ, IBMEC, 1978, p. 828.

⁶⁴ *Nosso Século*, SP, Ed. Abril, 1980, Vol. II, p. XVII.

⁶⁵ Lobo, E.M.L., op. cit., p. 520.

deixava de ser satisfeita pelos produtos importados, “as fábricas de tecidos, calçados, manufaturas de metal, chapéus, roupas e costumes sofriam há muito concorrência européia. Por exemplo, somente com a guerra, a manteiga de Minas Gerais conseguiu suplantar a francesa no mercado do Rio de Janeiro”⁶⁶.

Durante a década de 1920, aperfeiçoou-se o burguês urbano, que, desde as décadas anteriores, associava atividades manufatureiras e comercialização dos produtos, controlando, assim, todo o circuito da produção de mercadorias, muitas vezes num único estabelecimento.

“Foi notável a inauguração dos vastos e suntuosos escritórios da firma Pereira Carneiro, e Companhia Limitada, no elevado e majestoso edifício (...) que honra não só a nossa Avenida, mas a qualquer cidade do mundo e nossos foros de povo trabalhador e progressista personificados tão distintamente no notável homem de inteligência, de honra e de trabalho que é o conde Pereira Carneiro, exemplar como comerciante, como industrial e como chefe de família”⁶⁷.

A partir deste momento, o setor (industrial) procura articular-se e organizar-se de forma eficaz, para lutar “por seus interesses, no contexto mais amplo de um estado oligárquico, ou seja, politicamente dirigido pela burguesia agrícola”⁶⁸.

Por outro lado, o surto industrial também contribuiu para o crescimento do contingente de trabalhadores, que através das greves do final da década de 1910, se organiza no sentido de resistir à exploração trabalhadora que, pelo poder público era tratada de forma autoritária e violenta, pela população urbana endinheirada era tratada de forma mais sutil, mas nem por isso mais justa:

“As paredes, greves e todas essas manifestações de caráter coletivo, que parecem indicar uma solidariedade cada vez mais acentuada em promover e impor medidas reputadas de necessidade inadiável por cada classe, ficaram entre nós um tanto desmoralizados, os fatos vieram mostrar que: ou as diferentes classes ainda não têm preparo e a força mental para impor suas condições, ou que a solidariedade é meramente aparente, pois desde que surge resistência ou repulsa da parte do público, que se sente prestigiado pelas autoridades, lá se vai por água abaixo a solidariedade de classe, solapada pelo individualismo que é afinal o sentimento que predomina nossos extremos. O argumento que veio à tona, em muitos casos, e que diz: ‘Não promovemos nem achávamos que a medida imposta era indispensável, mas concordamos e demos o nosso apoio, ao movimento por espírito de solidariedade de classe’, veio a desmoralizar por bastante tempo as greves e imposições coletivas entre nós tiveram a pouca habilidade de se desprestigiarem aos olhos do público, de sorte que dificilmente vingarão de agora em diante”⁶⁹.

A cidade é documento dessa repulsa. O mesmo estado liberal que tratava a questão social como caso de polícia, transformava o panorama urbano de forma que, a alimentação do espaço, por parte das camadas menos favorecidas fosse completa.

“Já na década de 1920 estavam lançadas as bases para a formação da área metropolitana do Rio de Janeiro. Sua estrutura urbana também já se cristalizava, assumindo cada vez mais uma forma dicotômica: núcleo bem servido de infra-estrutura, onde a ação pública se fazia presente com grande intensidade e onde residiam as classes mais favorecidas, e uma periferia carente dessa mesma infra-estrutura, que servia de local de moradia às populações mais pobres e onde a ação do estado era praticamente nula”⁷⁰.

As administrações municipais, posteriores a Pereira Passos, seguindo a tendência iniciada por este, no sentido de ordenar o espaço da cidade nos moldes capitalistas,

⁶⁶ Idem, p. 521.

⁶⁷ Vida Doméstica, Mar, 1920.

⁶⁸ Gomes, Angela de Castro. “Burguesia e Trabalho: Política e Legislação Social no Brasil 1917-1937”, RJ, Campus, 1979, p. 26.

⁶⁹ Selecta, 21/1/1920.

⁷⁰ Abreu, M. op. cit., p. 82.

contribuíram, sobremaneira, para a hierarquização do espaço urbano, através do fornecimento de infra-estrutura urbana somente para a zona sul e central. A administração Serzedêlo Correa (1900/1910) saneou Copacabana, Ipanema e calçou as ruas do Leme; Paulo de Frontin (1919), em cerca de um ano, alargou e pavimentou a avenida Atlântica, a avenida Delfim Moreira, abriu a avenida Rio Comprido, prolongou a avenida Beira-Mar e alargou a avenida Niemeyer. Entretanto, foi com as obras do período Carlos Sampaio (1920/1922) que se complementou o processo de depuração da área nobre da cidade de uso e populações indesejáveis⁷¹.

Carlos Sampaio derrubou o morro do Castelo e criou, neste espaço, a Esplanada do Castelo, uma área de 431.534m² para construções, além dos 230.000m² da praia de Sta. Luzia e da ponta do Calabouço, onde foi instalada a Exposição Internacional de 1922. Na região, onde antes estava localizado o Convento da Ajuda, área final da avenida Rio Branco, com apoio dos setores da iniciativa privada, representada pela Cia. Cinematográfica, de propriedade de Francisco Serrador entre outros, deveria ser construído um centro de lazer que teria o cinema como principal atração. Um primeiro esboço de criação da terra do cinema foi publicado no Correio da Manhã de 15 de janeiro de 1920: *“um amplo e moderno centro de diversões e exposição em geral, digno dos maiores aplausos e que, uma vez executado, muito concorrerá para a intensificação da vida moderna da nossa grande cidade, tão falha de diversões modernas e ompatíveis com o seu grau de cultura”*. O Espaço reformado e a vida moderna tornaram-se elementos constituintes da cultura carioca.

Rendimensionou-se, durante a década de 1920, o espaço central da cidade, entre áreas de lazer e trabalho e áreas de habilitação e lazer, tendo-se criado com isso novos comportamentos e representações sociais.

1.4.2 – PETRÓPOLIS OU COPACABANA?

A geografia das aparências não mudou muito em relação às décadas anteriores. Petrópolis continuava sendo o espaço por excelência na composição de representações sociais da elite. Contudo, já se moldava uma alternativa:

“Como o que então Petrópolis ou Copacabana? Diante do espelho triangular de um móvel de Chareau, Jacyntho Perdigão, caricatura tropical ou Brumelli ... amarrotava sem cólera, no esforço de um laço complicado, a terceira gravata da última coleção que lhe chegara de Londres.

- Mas é preciso resolver rápido, o automóvel está lá embaixo esperando.

Depois de hesitar um pouco mais: - Petrópolis! Deixemos Copacabana para outro dia. Além de tudo a Serra, depois da inauguração da Rio-Petrópolis, é o lugar mais elegante do mundo. Já reparou? É raro o dia em que não tomba na estrada Rio-Petrópolis um automóvel notável (...) É absolutamente ‘chic’ contar nos salões de Copacabana e Botafogo os ‘potins’ de Petrópolis (...) É uma ‘gaffe’ interminável não ter potins para contar. Depois, a gente indo assim de vez em quando à serra, e sendo perspicaz, não faz papel feio. Vê quem está dando as cartas por lá inventa coisas, as criaturas elegantes ficam encantadas, a fama se espalha e a cotação da gente sobe.

Jacyntho Perdigão concluíra a obra-prima do laço da gravata, deu os derradeiros retoques na elegância e repetiu o conselho de Brumelli – Agora é esquecer que estou elegante...⁷²

As praias deixam de ser vistas como local de tratamento de saúde, para serem aproveitadas como espaço de lazer e exposição ao sol e aos olhares insistentes dos iguais:

“O termômetro começa a bater 38, 39 e 40 graus. A cidade, alarmada e confrateira, boceja, espreguiça e protesta. É verão, decorativo e insuportável. Claro, alegre, colorido, o verão enfeita a

⁷¹ Idem, p. 73 e 78.

⁷² O Cruzeiro, 24/11/1928.

paisagem urbana com as tintas quentes dos trópicos ... O Rio por este tempo tem um divertimento esquecer o mundo! Exclamou Mlle Nageuse, entre duas ondas verdes e envolventes do posto 4.”⁷³

Mas as praias, ao contrário dos espaços privados dos Clubes e salões, e à semelhança da rua, tinham o acesso liberado. Não havia porteiros que berrassem os pobres que quisessem entrar em praias elegantes, o que interditava era o próprio universo de signos que, não sendo o mesmo para os dois grupos, atuava como uma barreira cultural.

Ir à Praia das Virtudes para o morador da Lapa, não era o mesmo que um morador de Botafogo frequentar o Balneário da Urca. Para os primeiros, o importante era a farra; para outros, o que valia era ver o ser visto. Na crônica *“Da praia do Flamengo ao Balneário da Urca”*, assinada por Leão Padilha, essa distinção fica clara:

“PRAIA DO FLAMENGO: Domingo de manhã, os banhistas do Flamengo chegam mais tarde do que os da Lapa e saem mais cedo do que os de Copacabana. Às 10 hs, aquele pedacinho de areia fica que nem formigueiro, cheio, muito cheio (...) Uma pequena faz maravilhas acrobáticas nos braços de um sportsman! Bóiam pares abraçados dentro de pneumáticos de automóveis ... Na calçada vendem água doce para tirar o sal, o guarda-civil passeia para lá e para cá medindo a moralidade das roupas. PRAIA DE BOTAFOGO: Pouca gente. Criadas e funcionários das quitandas de bairro aficionados do sport. O pessoal chic vai mostrar suas toilettes no Balneário da Urca, e deixa a Enseada tranqüila para a criadagem que não teve tempo para tirar o pó do Flô do Abacate. BALNEÁRIO DA URCA: Supra sumo do chic. Fora ficam os carros esquentando ao sol. Lá dentro aqueles 50 palmos de areia regurgitam... Em cima, dança, flirt e cocktail (...) Uma ‘jazz-band’ comunica tremura coreográficas aos corpos quentes (...) Lá embaixo há cubículos para trocar de roupa e outros misteres mais íntimos (...) a empresa não fiscaliza nem tampouco a polícia. Na areia senhoras respeitáveis, a julgar pela pintura e pelo volume, conversam coisas graves e fumando cigarros turcos. Rapazes ensinam ginástica a seco e dentro d’água. Mais tarde, o balneário perde esse aspecto familiar da manhã, o jazz-band ataca músicas mais frenéticas, os cocktails ganham ingredientes mais fortes e o ‘flirt’ é mais íntimo. Dentro da água ensina-se a nadar com menos inocência (...) fala-se alto (...) onde os rr franceses arrastam na gíria da moda, as exclamações das revistas alegres do Carlos Gomes e do Recreio (...) Não se ouve falar em cocaína, morfina ou ópio (...) PRAIA DAS VIRTUDES: No lencinho de areia perdido no mar (...) a promiscuidade é estonteante. A salada tem gosto de tudo – laranja de turco, cebola de português, macarrão de italiano, banana de brasileiro. Frequentam essa praia moradores da Lapa, Sta. Luzia e todas as pensões do Centro. E por fim. A praia do Caju: todos vão à praia e tomam o seu banho de areia, de sol e de água suja...”⁷⁴

E de todas as praias, somente Copacabana, com 17.823 habitantes em 1920, conjugou diversão e habitação. Em pouco tempo, este bairro, ao contrário dos bairros tradicionais do Rio, formado ainda no século XIX, como Botafogo, Laranjeiras etc., desde o período de sua formação, já possuía um perfil de bairro. Estando no final dos anos 20 totalmente ocupado e dotado de todos os serviços urbanos.

“Copacabana nasceu moderna porque não trazia em si os marcos da cidade do passado e sim da cidade moderna: foi fruto de empreendimento imobiliário de cunho capitalista, onde rapidamente foi absorvido tudo o que havia de novidade, seja nas formas arquitetônicas, nos materiais de construção ou nos hábitos e costumes. Em Copacabana se forjou o novo modo de viver carioca.”⁷⁵

Nos anos vinte o *“footing”* da avenida Central transfere-se aos poucos para os mergulhos em Copacabana. Neste espaço, o uso de adornos, objetos de distinção e um vocabulário de expressões importadas produzem um outro sistema de moda que associava espaço urbano, natureza e objeto num novo código de representação social. Pois não exalta somente o panorama arquitetônico, a natureza – o mar, a areia e os morros – passa a ser

⁷³ Careta 1/12/1928 – Seção “Um Sorriso para Todos”

⁷⁴ Rio Ilustrado, Ano I, out-dez, 1928.

⁷⁵ Cardoso, E.D. et alii, op. cit., p. 13 e 14.

relacionada ao conceito de civilização, à medida que é vivenciada de uma forma e não de outra.

Um mundo de *“kimonos de seda, capas de cores fortes, mantas de arabescos difíceis, chalés espanhóis, echarpes vaprosas, vestidos claros e leves e maillots de todas as cores e feitos”* compunha a *“polycromia tumultuosa”*⁷⁶ da praia num dia de verão.

“Copacabana pela elegância e pela beleza é um encantamento. Naquela harmoniosa paisagem azul, onde o mar quebra na curva graciosa da praia civilizada, as suas ondas mais envolventes é um autêntico espetáculo de elegância o que se vê, de manhã e de tarde, nas barcas, na areia, dentro d’água, no banho e no ‘footing’ . Roupas de banho que parecem importadas de Aber Crombie e Fitch, capas e kimonos ornamentais que lembram Biarritz e o Lido de Veneza e as sombrinhas que Dameyer assinaria, e caritas contentes e corpos perfeitos – eis o que forma para os olhos de todos, o panorama civilizado do verão carioca.”⁷⁷

Mais uma vez as idéias de civilização e vida moderna, aqui nos trópicos, utilizam-se de moldes estrangeiros para se sustentarem. Ao longo da década de 1920. Os Estados Unidos cresceram economicamente, despontando com suas indústrias – principalmente a automobilística e a cinematográfica – como a terra de dinheiro fácil, de homens vitoriosos e da ilusão consumista. Uma sociedade afluyente, moldada sob medida para uma classe dominante carente de um projeto próprio, tal como a burguesia carioca se apresentava.⁷⁸

O automóvel americano e as fitas de Hollywood exportaram o *‘american way of life’*:

“Saltando ágil do seu lindo Chrysler Imperial de 1928, que rutilava ao sol no espelho dos seus metais ... madame começou a comentar as elegâncias que passavam. – O Rio, no verão, troca Paris por Nova York. Isto é, esquece o Boulevard para olhar Broadway. Repare: Toda essa elegância que passa por aqui não descende de Poiret, mas de Bouwitt Teller e Beare. As roupas de banho não vieram de Paris foram confeccionadas por Aber Crombie e Fitch, as meias são de Gorden e os chapéus de Wright (...) Um admirador de madame concordou o mais ‘Yankeemente’ que pode.”⁷⁹

A indústria cinematográfica, através da Companhia Cinematográfica Brasileira, de propriedade de Francisco Serrador, consegue intervir no panorama urbano da cidade com a construção da Cinelândia. Ir ao cinema havia se transformado no ato de consumo de um produto: o filme. Todo o circuito de sua produção era controlado pelos grandes trustes, como a Paramount e a MGM, que exigia para a exibição de suas fitas condições certas de retorno dos investimentos. Os cinemas “poeira” que existiam no Rio não estavam em condições para exibí-las. Acompanhando o debate nas revistas especializadas, como Selecta, Cinearte e Para Todos, percebe-se a insatisfação dos exibidores tradicionais diante do truste das grandes companhias, que impunham o arrendamento dos filmes por um preço abusivo, levando ao aumento dos ingressos e o conseqüente esvaziamento das antigas casas de exibição.

Ingressos altos, mas conforto, higiene e luxo foram oferecidos por Francisco Serrador a todos os frequentadores dos quatro inaugurados na Cinelândia, entre 1925 e 1928: Capitólio, Odeon, Palácio e Glória. Estes cinemas, com suas estréias espetaculares, produziram um novo espaço de aparência na geografia da cidade:

“Dentro do meu ‘smoking’ e depois de ter pago 5 mil réis, preço um tanto caro, é verdade, mas passável para quem sabe quanto custam os filmes da linda esposa de Shenck, afundi-me comodamente numa poltrona para ver ‘Amor de Príncipe’. Podendo agora cruzar as minhas pernas num cinema (parece até um sonho!) e livre por uma noite das cadeiras elétricas dos outros cinemas (?) que caindo aos pedaços,

⁷⁶ O Cruzeiro 1/12/1928.

⁷⁷ Careta, 15/11/1928, p. 27.

⁷⁸ Sobre o panorama cultural americano na década de 1920. Veja: Cobem, Stanley. “Os primeiros anos da América Moderna (1918-1933)” In: Leuchlemburg, W.E. “O século inacabado”, Vol. I, p. 267-367, RJ, Zahar, Biblioteca de Cultura Histórica, 1976.

⁷⁹ Careta, 15/11/1929, p. 27.

parecem dizer para a gente: - Levante-se! Olhai o ambiente, a sala repleta. (...) As 'locadoras', como as bilheterias já estavam todas de 'lamé' e saía balão: os porteiros com exceção do seu Joaquim, estavam todos vestidos de soldados da Graustark. Bela iluminação elétrica, efeitos de luz e uma fila de 30 camarotes, repletos do que o Rio possui de mais fino (...) 'Nouveaux-espectadores' de cinema porque só agora encontram casas sem pulgas. Casas que não São aquelas incubadeiras poeirentas, verdadeiros focos de constipações. Platéia seleta, elegante, chic, aromada das mais finas essências de Paris e N.Y. (...) Não se via a viúva Mattos nem a D. Anastácia com os seus chapéus de palha e pluma, não se viam meninos metendo o dedo no nariz, nem moças pintadas de vermelhão. Não havia banda de música na porta, nem aqueles festões do Domingo na Penha. Uma bela orquestra de 15 figuras executou a 'overture'. Não se ouviram pistões estridentes e tambores rachados (...) Não se viam panos de limpar chão, pregados com alfinete, na grade da orquestra. Pessoas estupefatas, disfarçadamente, coçavam o pescoço para olhar o enorme e majestoso lustre (...) e eu a pensar se, por acaso, com a pressa da inauguração, não iria acontecer a cena do Fantasma da Ópera..."⁸⁰

Portanto, viver civilizadamente nesta época era ir ao cinema, ouvir vitrola, dançar fox-trot e charleston, andar de motocicleta importada, comer Poulet Soucaroff, feito por Bruno Wellenford no Hotel Central, ou beber um "Cinelândia no Hotel Glória"⁸¹, além de cheirar éter, fumar ópio e consumir cocaína.

"Quer que lhe diga a verdade? Você, minha jovem amiga, que mora nessa província tranqüila não pode imaginar o que é a vida de 'jeune fille' carioca. A vida da 'jeune fille' carioca de 1928 é extenuante. Não se tem tempo para nada! Dizem elas com razão (...) Desde o dia que descem do Sion, e trocam, com o primeiro suspiro de alívio, o último volume de Ardel pelo primeiro romance de Bourget, elas têm diante dos olhos um programa terrível, chás, visitas, recepções, concertos, bailes, Municipal, Copacabana-Palace, cinemas, Fluminense, Jockey (...) Um programa verdadeiramente enlouquecedor. Mas quando o verão chega, sobem contentes para Petrópolis, o que as espera é apenas: tênis, golf, equitação, chás, bailes, recepções, concertos, festas e mais festas! ... É assim a vida inteira, até o casamento, ou até a morte, às vezes as duas coisas, coincidindo, singularmente se fundem em uma só. E é a tudo isso que se convencionou chamar a vida feliz de uma moça moderna!"⁸²

Um tempo totalmente preenchido, mas mesmo assim muito vazio. Às mulheres da classe dominante era concedido o direito de ser fútil, de freqüentar lugares finos, mas de se "formar" só mesmo em cinema, devorando revistas especializadas e freqüentando assiduamente as *matinéés* dos cinemas da Avenida. Os artistas, quanto pensavam, mediam, o que comiam, o que pensavam, a quem amavam, eram os temas que animavam as conversas vespertinas do "Alvear" ou dos "lunchs" dançantes do Glória Hotel. Participação política, nem pensar, nos idos tempos da política café-com-leite, mesmo às vésperas do golpe final, o voto feminino era:

"uma dessas repugnantes comédias (...) A mulher, que eles querem arrastar para o lamaçal de sufragismo, é ainda para alguns o mesmo objeto de cobiça e concupiscência (...) as mulheres recebendo como mercê o que é indigno, o direito de voto! Recebem ao mesmo tempo um ticket de desprestígio e rebaixamento, que lhes permite chafurdar no lamaçal eleitoral em que refocelam os desgregados da sociedade política moribunda"⁸³

Cabia aos homens bem-nascidos o controle da sociedade. Filhos de famílias enriquecidas que iam para os colégios ingleses, aprendiam a falar inglês e a jogar "football". Eram elegantes, sóbrios, de maneiras e hábitos requintados ou *fúteis boulevardiers nationaux*, que vão para Paris apenas dissipar a fortuna dos pais e aprender 'argot' em Montmartre

⁸⁰ Cinearte, 28/4/1926, p. 27.

⁸¹ Uma descrição detalhada, dos drinks e pratos prediletos, dos lugares freqüentados pela classe dominante no Rio de Janeiro, era publicada com freqüência na Revista O Cruzeiro de 1928. Destacavam-se o restaurante do Jockey Club, Beira Mar cassino, Hotel Central, Casa Lopes Fernandes entre outras.

⁸² Careta, 1/9/1928.

⁸³ Careta, 7/7/1928

(...)»⁸⁴ Assim se formavam doutores, bacharéis, jovens políticos, “homens de raça” que criaram um novo conceito de masculinidade associado à vida ao ar livre, esporte e culto ao físico:

“Não há espetáculo mais deslumbrante do que as primeiras horas da manhã, a enseada de Botafogo e a Praia do Flamengo, com suas águas coalhadas de ‘yoles’ e ‘out-riggers’ dos nossos clubes, onde a mocidade exercita os músculos e retempera, no ar puríssimo, o sangue das veias. E já é um consolo para nós que temos a tendência formidável para o almofadismo. Os sports têm essa vantagem: Honram física e moralmente. Ensinam aos rapazes os benefícios da cultura física, e, como exemplo da nobreza de sentimentos”;

E finaliza “*essa mania dos rapazes quererem ser em tudo como as mulheres, é muito triste*”.⁸⁵

A década de 1920 assistiu ao crescimento do Rio de Janeiro e à sua definição como metrópole burguesa, acirrando as contradições do espaço desigual e colocando para os anos subsequentes problemas de uma sociedade urbana que cresce em ritmo acelerado.

1.5 – UM JEITO DE SER CARIOCA

“A fauna social do Rio transformou-se (...) As gerações atuais nem fazer idéia de que seja um ‘almofadinha ou uma melindrosa’. Os nossos ridículos são outros e têm outros nomes. A gente agora, que enrijou os músculos no sport, sob o sol, nos ensaios nudistas do Lido e do Arpoador, é inteiramente diferente da geração do centenário – a geração do ‘puladinho’, da declaração, do ‘toi’ et ‘moi’ e outras velharias românticas. As gerações de hoje, mais utilitárias, ultra-modernas não têm tempo para essas bobagens: moram em arranha-céus, queimam a pele no sol da praia, correm de automóvel no Trampolim do Diabo, tomam ‘cock-tail’ no Carlton, jogam nos cassinos, cantam no Prado. As calamidades de hoje são outras. Nem por isso temos saudade dos velhos tempos dos ‘almofadinhas’ e da ‘melindrosa’ (Caretta, 18.6.1938 – seção ‘um sorriso para todas’).”

1.5.1 – MUDANÇA DE TOM

A partir de 1930 até 1945, define-se um novo olhar sobre a cidade. O movimento revolucionário que desbancou a antiga burguesia “*cosmopolita, composta de indivíduos ligados à comunidade cultural internacional, ocupados em acompanhar as conquistas do mundo civilizado*”⁸⁶ do poder, promoveria tanto uma redefinição nos quadros políticos, como uma redefinição do panorama ideológico da classe dominante.

Foi nos anos 30 que:

“se produziu uma primeira ruptura no que diz respeito ao avanço da acumulação capitalista no país, no sentido da implantação de um núcleo básico de bens de produção, bem como na redefinição do papel do estado um matéria econômica, visando a tornar o pólo urbano industrial e eixo dinâmico da economia”⁸⁷

Esse processo tem como principal agente a burguesia industrial que,

“para legitimar a sua visão de mundo apropriou-se das categorias do discurso autoritário da época, redefinindo-as enquanto suporte da modernização econômica que defendiam. Logo, os grandes temas recorrentes nesse discurso, tais como a necessidade de um estado forte e promotor de um mercado interno, a necessidade de uma intervenção econômica por parte do estado de modo a assegurar a proteção da produção nacional e o bem-estar social da nação, passaram a integrar o próprio discurso dos líderes industriais no período, buscando legitimar a classe enquanto ‘classe produtora nacional’”⁸⁸.

⁸⁴ Careta, 28/7/1928

⁸⁵ Careta, 26/7/1921.

⁸⁶ Oliveira, L. Lipp. (Coord) “Elite intelectual e o debate político nos anos 30: uma bibliografia comentada da Ver. De 1930”, RJ, Fundação Getúlio Vargas, 1980, p. 41.

⁸⁷ Mendonça, S. “Estado e Economia no Brasil: opções de desenvolvimento”, RJ, Brasil, 1986, p. 13.

⁸⁸ Idem p. 20.

A modernidade foi substituída pela modernização, e os valores industrialistas invadem a retórica contemporânea, expressos por Roberto Simonsen: “*No estágio atual da civilização, a independência econômica de uma grande nação seu prestígio e sua atuação política como povo independente no concerto das nações só podem ser tomadas na devida consideração, possuindo esse país um parque industrial eficiente a altura de seu desenvolvimento agrícola*”⁸⁹. O pensamento autoritário de 1930 e sua distinção entre país-real e país-legal

“ganha pleno sentido, quando entendia segundo ao paradigma da constituição de uma ordem burguesa em uma sociedade não mais escravocrata, mas oligárquica e latifundiária. Trata-se agora de continuar expandindo a capacidade regulatória e simbólica do poder público e de garantir sua capacidade extrativa como objetivo de financiar a expansão do Brasil burguês moderno. É uma sociedade de mercado, reino do privatismo burguês e do individualismo, que está ao fim do autoritarismo de 30”⁹⁰.

Portanto, a supremacia dos valores individuais, uma sociedade civil alienada dos seus direitos políticos e um “*mundo rigorosamente legislado, superpondo-se à vida regida por outros códigos – inclusive o da malandragem*”⁹¹ compuseram o quadro ideológico do estado Novo.

1.5.2 – OS RUMOS DA CIDADE

Quem olha para as fotografias da cidade de 1930 e depois de 1945 percebe que, em 15 anos, a cidade do Rio de Janeiro teve o seu contorno definitivamente traçado. Um perfil de metrópole moderna, marcada pela contradição espacial típica dos trópicos.

Entre 1937 e 1945, a administração do perfeito Henrique Dodsworth fecha o ciclo de cirurgias no espaço urbano carioca, realizadas em nome da circulação. Estas foram iniciadas por Pereira Passos, continuadas por Carlos Sampaio e concluídas por Henrique Dodsworth, através do plano geral de melhoramentos.

Este plano promoveu uma verdadeira revolução urbanística na cidade. Começou pela demolição do Cassino e do Teatro do Passeio Público, permitindo a ligação do Passeio à Av. Beira-Mar. Demoliu-se parte do morro de Santo Antônio, ampliando o espaço vizinho ao Teatro Municipal e a Cinelândia, permitindo aos bares colocarem mesinhas nas calçadas. Concluíram-se as obras da Esplanada do Castelo, construiu-se o aeroporto Santos Dumont, ampliaram-se os Jardins da Glória e do Flamengo, duplicou-se o túnel do Leme, para desafogar o crescente tráfego da Zona Sul, e teve início a construção da Av. Brasil.⁹²

Mas tal como a reforma de 1906, a da década de 1930/40 elegeu a construção de uma avenida para fazer representar o conjunto das obras. O que a Avenida Central representou para Pereira Passos, a Presidente Vargas representaria para Henrique Dodsworth, qual seja, o símbolo de uma administração vitoriosa.

A Presidente Vargas, que foi concebida para facilitar a circulação crescente de veículos, transformou o centro da cidade e imprimiu um novo padrão de arquitetura, cujo símbolo máximo foi o arranha-céu. A sua construção colocou abaixo o antigo centro comercial do Rio, quatro igrejas, um mercado, a sede da prefeitura e quinhentos edifícios⁹³, e colocou no seu lugar uma via expressa de 4 Km e 80 m de largura. Para a população carioca, a

⁸⁹ Roberto Simonsen, Ciesp, 1928. cit. por: Diniz, Eli, *Empresário, Estado e Capitalismo no Brasil: 1930-1945*, RJ, Paz e Terra, 1978, p. 99.

⁹⁰ Santos, W. Guilherme dos. “Paradigma e História, e ordem burguesa na imaginação social brasileira”, RJ, Mimeografia, 1975, p. 47, cit. por Eli Diniz. op. cit., p. 92.

⁹¹ Carvalho, M.A.R. op. cit., p. 11.

⁹² ARCRJ. Prefeitura do Distrito federal. *Plano Geral de Melhoramentos 1943*. Sobre as transformações no perfil urbano do RJ na década de 1940. In: “Energia Elétrica na Urbanização Brasileira”, RJ, Centro da Memória da Eletricidade no Brasil, 1999, Cap. IV, no prelo.

⁹³ Idem, p. 95.

construção da Presidente Vargas representou a reformulação do seu olhar, que passa a ser construído a partir de um novo ângulo daquele que vê a partir da máquina:

“A velocidade provoca, para aquele que avança num veículo, um achatamento da paisagem. Quanto mais rápido o movimento menos profundidade as coisas têm, mais ficam chapadas, como se estivessem contra um muro. A cidade contemporânea corresponderia pelo mesmo processo de superficialização, a paisagem urbana se confundindo com ‘outdoors’. O mundo se converte num cenário, os indivíduos em personagem. Cidade-cinema. Tudo é imagem... Aqui tudo é linguagem, signo... Neste universo feito de imagem, o real não tem mais origem na realidade. Daí a sensação corrente de que estas fachadas ocultem um mundo verdadeiro que estaria por trás. Mas não há nada lá. Tudo existe na superfície sem fundo da imagem”⁹⁴.

Não só a área central da cidade teve o seu panorama modificado, os subúrbios ficaram reservados à localização das fábricas e à habitação popular, as melhorias realizadas foram pontuais e distributivistas”⁹⁵.

Méier, Madureira, Bangu, Cascadura, Brás de Pina, neste participavam do imaginário da elite carioca como áreas onde o tempo parou. Bucólicas, reservadas às vivências populares, não faziam parte do mapa carioca que a classe dominante confeccionava. Eram o reverso da imagem.

A zona sul, por sua vez, cresceu bastante neste período. O “boom” imobiliário anima a construção e reconstrução neste espaço. Bairros como o Leblon, Ipanema e Copacabana foram definitivamente ocupados, pois

“o concreto armado, por diminuir o custo unitário da habitação, viabilizou o desejo de grande parte da classe média carioca de ‘morar na Zona Sul’, desejo que foi capitalizado intensamente pela empresa imobiliária em suas campanhas publicitárias. Já no final da década de 1930 o processo de verticalização de fazia sentir em Copacabana, a princípio através das substituição de casas por edifícios de quatro ou cinco andares, passando o gabarito a oito e doze andares na década de 1940”⁹⁶.

Copacabana, nestas décadas, define-se como espaço de habitação e lazer da classe dominante. As ruas Raimundo Correa, Sta. Clara, Siqueira Campos, Aires Saldanha, Djalma Urich, e depois do loteamento da região pertencente a família *Duvivier*, a própria rua *Duvivier* e a Barbosa Lima, uma rua bem junto ao morro, eram o local de moradia da “fina flor” carioca.

Com o Copacabana Palace emoldurando a orla marítima desde 1923, quando foi inaugurado, pelo menos quatro cinemas, várias lanchonetes, uma filial de um luxuoso “*magazin*” do centro da cidade – o Imperial -, um comércio crescente que oferecia facilidades aos fregueses, como ir até a casa oferecer produtos frescos, grande circulação de transporte – Copacabana era servida por bondes e lotação – e uma praia bem limpinha. Copacabana era a síntese do Rio moderno e bem sucedido. E é essa Copacabana que compõe a memória de quem Não mora mais lá:

“Morei quarenta anos em Copacabana, cheguei lá em 1938 com treze anos e só saí depois que a mamãe morreu. Ah! Morar em Copacabana era uma delícia. Tinha uma praia limpinha, cinema e confeitaria. Lembro-me nos fins de semana a gente geralmente ia ao cinema, no ‘Varieté’, no Posto 6, que era meio ‘poeira’, ou um bonde que vinha do Leme e retornava no Bar Vinte, no ‘Pirajá’, este sim era ‘chic’. Depois do cinema era religiosa a ida à lanchonete Americana, a primeira da cidade a ter ‘*milk-shake*’ e ‘*maltd-milk*’. La ficava ali na Figueiredo Magalhães, esquina com N.S. de Copacabana. Era o ponto de encontro da garotada, e como a gente sempre ia lá, o garçom já conhecia a gente e fazia fiado. Você também podia ir ao cinema na Cinelândia e tomar chá na Brasileira, com música ao vivo, não era programa de coroa, não. Ficava cheio de jovens, as mães permitiam, pois sabiam que era só cinema. Além disso, naquela época era fácil ir à cidade, pois tinha lotação, e a Cinelândia não era essa barafunda

⁹⁴ Peixoto, N. Brissac. “O Olhar Estrangeiro”. In: *O Olhar*, SP, Cia. Das Letras, 1988, p. 361-362.

⁹⁵ Abreu, M. op. cit., p. 95.

⁹⁶ Idem, p. 112.

que é hoje ... à noite a gente podia passear na calçada da Atlântica e tomar sorvete sentado no banco do calçadão, andar de bicicleta e ouvir vitrola na casa dos amigos de escola que moravam todos perto, ali mesmo em Copacabana... era como se fosse uma grande família”⁹⁷.

Neste período também aumentam na Zona Sul o número de favelas, que se constituíram em “importante mercado de trabalho especializado no setor terciário que passam a ocupar o terreno íngreme das encostas desvalorizadas pelas empresas imobiliárias”⁹⁸.

1.5.3 – “UMA INICIATIVA QUE PÕE A CIDADE AO ALCANCE DE TODOS”

Pelas ruas da cidade passavam uma população heterogênea de trabalhadores, empresários, pobres pedintes, empregados do comércio, senhoras consumistas, jovens modernos, carros, bondes, aviões, cachorros e pássaros.

Na rua não se desfila mais, o olhar foi desviado das pessoas para as vitrines e letreiros luminosos, tudo é imagem na cidade modernizada.

Os espaços de aparência, que até então tinham a função de compor uma certa identidade no interior da classe dominante, passam a partir dos anos 30 a produzir representações que seriam transmitidas à sociedade como o legítimo modo de vida carioca.

O controle da massa despossuída, que cresce sobremaneira nestes tempos de expansão industrial, passa a ser realizado, não somente através do aparato policial, mas também através de formas mais sutis como aquelas existentes nas representações de caridade, do Carnaval, do banho de mar, do rádio e do futebol. Cabe chamar atenção para o fato de que o controle exercido através da imagem fotográfica será desenvolvido nos Capítulos 3 e 4 deste trabalho.

O desprezo aos pobres foi substituído pelo paternalismo, e a pobreza perdeu as suas determinações sociais para ser encarada como um problema de índole ou uma condição natural. Na crítica da futilidade feminina, esta imagem fica clara:

“As mulheres amam de acordo com sua toilletes. Em roupa de passeio vai bem um flirt com um sportsman. À noite, a solenidade do decote pede um diplomata. Há no mínimo três homens interessados no amor de uma pequena moderna. Os pobres não. Continuavam a sua vida obscura e amam de verdade; como se deve amar. Amam uma pessoa só, não é o luxo que os fascina mas o desejo irreprimível de ser útil ao eleito do seu coração”⁹⁹.

Elas trocam de amor porque podem trocar de roupa. Aos pobres resta o destino imutável de amar eternamente e continuar despossuído de bens materiais.

Por saberem amar, os pobres merecem ser tratados com o respeito na sua condição de naturalmente despossuído. Para que isto pudesse ser realizado, uma série de instituições de caridade são criadas neste período, a maioria das quais situadas próximas das moradias das benfeitoras e distantes dos locais de moradias populares. Entre elas estavam: a Obra do Berço, o Patronato da Gávea e a Pequena Cruzada.

Toda uma programação social era realizada para arrecadar fundos que sustentassem tais instituições, com a devida participação das senhoras de políticos e homens de destaque no mundo dos negócios. Seguem-se comentários sobre esses eventos:

“Alcançou um resultado brilhante o Cock-tail Party que em benefício do Patronato da Gávea, se realizou no club dos Marimbás. Uma admirável sociedade compareceu e prestigiou a

⁹⁷ Entrevista realizada com a Sra. Helena Dale, fev. 1989.

⁹⁸ Abreu, M. op. cit., p. 112.

⁹⁹ Fon-Fon! Jul. 1935.

elegante festa que encheu de encantamento e sedução a sede dos Marimbás (...) Encerrou-se ontem a exposição da Pequena Cruzada realizada com tanto êxito, na sede da benemerita instituição, à Av. Epitácio Pessoa (...) Numerosas e distintas foram as visitas do Grand Mondê à exposição (...) Uma instituição que merece todas as simpatias e que legitimamente desperta a solidariedade dos mais valiosos elementos da nossa sociedade é, sem dúvida, a Obra do Berço. Abnegadas senhoras tratam com exemplar carinho a bela instituição, cujas finalidades de amparo a criança sensibilizam todos os corações bem formados (...). Neste momento, a idéia de se levantar a sede definitiva da Obra do Berço empolga todas as atenções. Nesse sentido, já se mobilizam valiosos elementos da mais alta sociedade carioca, a fim de planejar uma festa em benefício da utilíssima instituição”¹⁰⁰.

A caridade, uma das expressões do paternalismo para remediar a questão social, era concebida fundamentalmente como uma prática feminina. Portanto, abriu um espaço significativo na produção de uma imagem de classe dominante, que associava ao luxo da futilidade o controle do comportamento social. Pois, ao mesmo tempo que se reconhecia socialmente entre os seus pares, a mulher da classe dominante, através da caridade, atuava no sentido de controlar a massa indigente que se avolumava nas ruas da cidade, um controle exercido através da aceitação pelo despossuído da sua condição de pobre. Sendo assim, a ajuda vinha como forma de evitar mudanças. Associando luxo à pobreza, nas festas de caridade, criava dois mundos incomunicáveis: o rico se diverte para que a pobreza continue a existir.

O Carnaval, a partir do ano de 1932, passa a receber apoio oficial, que, deste ano em diante, apoiaria tanto o carnaval de rua como dos clubes elegantes. O Carnaval torna-se uma festa legítima para o pobre e para o rico. As revistas da época espalhavam a notícia:

“Desde ano passado, os festejos carnavalescos começaram a ter auxílio oficial, o que importa em dizer que os nossos dirigentes souberam traduzir a divisa dos ceares: *‘Pare et circens’*. A julgar pelo entusiasmo que envolve a cidade, o Carnaval de 1933 culminará numa esplêndida festa pública”¹⁰¹.

Entretanto, o que fica claro é que a partir dos anos 30, o Carnaval passou a ser utilizado pela ideologia dominante, como um momento de distensão e desafogo das tensões sociais:

“O carnaval é uma esplêndida festa típica. Pode-se dizer que o Rio de Janeiro tem uma estação sem similar nos calendários de outras cidades. Esta estação que dura 2 meses – da noite de S. Silvestre até Quarta-feira de cinzas – é o carnaval, o leit – motivo da cidade, da vida carioca, que só se manifesta dentro daquele período de esfuziante trepidação, nas batalhas, nos bailes, nos corsos, nos banhos à fantasia. As ruas, mesmo nos dias mais vulgares têm nova vida, e a própria crise, conquanto continue a ser motivo de preocupação individual, para a coletividade deixa de ser assunto (...) E o Brasil – que feliz! – Não precisa pensar nos problemas gravíssimos do desarmamento e de dívidas de guerra, expande o gênio jovial e alegre, cultuando a sua tradição mais bela e mais viva, que é o carnaval”¹⁰².

Uma indústria voltada para o carnaval fica encarregada de fazer desta imagem o sinônimo do Rio: local de paz e cooperação entre as classes. A revista *O Cruzeiro*, em janeiro do ano de 1933, foi contratada para ser órgão oficial do carnaval carioca, passando a inserir em suas páginas de fotografuras reportagens fotográficas, “*colhidas originalmente em todos os festejos*”¹⁰³. E a análise destas fotos fazem parte da 3ª parte deste trabalho.

A cidade do Rio de Janeiro ganha um novo perfil: irreverente, cordial e popular. Imagens que juntamente com os cartões postais da “*princesinha do mar*” eram vendidas para

¹⁰⁰ Passagens retiradas da Revista Fon-Fon, 1935.

¹⁰¹ O Cruzeiro, 14/1/1933.

¹⁰² Idem

¹⁰³ A análise destas fotos fazem parte do IV Capítulo deste trabalho.

o exterior, atraindo turistas de todo o mundo. É a partir dos anos 30 que a imagem do Rio, produzida pela classe dominante, consegue ser objeto de consumo e exportação.

Dentro dessa tendência de incorporar o popular à imagem carioca, as praias transformam-se. Havia se tornado impossível manter a antiga hierarquia percebida nos anos vinte. As imagens da praia retomam os tradicionais significados de saúde, higiene e vida ao ar livre, associando-os a um novo padrão de beleza, que visava a incorporar imagens nitidamente populares. O tom bronzeado na pele e a ideologia do “*morar à beira-mar*”, juntos, compunham uma nova representação social da classe dominante.

“*Mesmo nas horas caniculares em que o sol queima a praia ainda é boa e é benéfica. Faz bem até mesmo a carícia escaldante dos raios iodo-violeta, que dão a pele esse moreno bronze tão da atualidade e tão do gosto de toda a gente*”¹⁰⁴. Uma imagem que passa a ser perseguida por todos aqueles que queriam ser reconhecidos como cariocas e de se sentir inseridos na cultura burguesa. No espaço da praia convivia o “elegante” e o trabalhador, o “chic” e o suburbano, o “*up-to-date*” de Copacabana e o “burguês” da Tijuca e criava-se a ilusão de igualdade pelo livre acesso ao mesmo espaço.

O universo de signos que interditavam o convívio na década anterior haviam se transformado, à medida que a própria classe dominante assumiu comportamentos e uma estética influenciados por imagens reconhecidamente populares. Todos podiam e deviam ir à praia. Não existia mais diferença social, o “*banho de mar está ao alcance de todos*”, noticia *O Cruzeiro* em fevereiro de 1933:

“O cidadão que mora a dois passos da praia, aquele que tem casa em Botafogo ou em Copacabana, pode facilmente valer-se de todos os recursos que as praias lhe oferecem de casa à borda do mar. Ele não gasta mais do que 5 minutos (...) Mas como fazer o carioca que reside nas partes mais altas, na Tijuca, por exemplo? Tinha um recurso: meter-se num automóvel e rumar para a praia. Acontece, porém, que o automóvel, nesta época de crise, vai ficando uma coisa rara, um verdadeiro objeto de luxo. Quando tem carro o assunto está resolvido, mas quando não tem? Havia um recurso: paramentar-se, enfiar um tenro, descer e mudar de roupa num club, na casa de um conhecido, numa barraca alugada. Mas o quanto isso era incômodo! E o resultado era que, nesta época de calor, quando o mar apetece tanto quanto um sorvete, o burguês da Tijuca ou dos bairros limítrofes não tinha a felicidade de gozar das areias e de um banho de sol. Felizmente veio para resolver o problema o serviço de ônibus para as praias que a viação Excelsior estabeleceu. À hora certa, o cidadão tijuquense, no seu maillot e ceercado pela família, espera que passe o ônibus – uma espécie de carro particular a seu dispor ...”¹⁰⁵

Foi também nos anos 30 que o interior das casas se viu invadido pela vinheta do “*Repórter Esso*”; pelos últimos sucessos musicais, pelas paixões e dramas das novelas e pelos discursos do presidente Getúlio. E o rádio, moldando a opinião pública, vendendo produtos, lançando modas e criando ilusões. O rádio abriu um espaço que não seria somente vivenciado por empresários, estrelas e astros radiofônicos, mas era fundamentalmente produtor de mensagens que, veiculadas por uma literatura, amplamente ilustrada, especializada no assunto e pelos programas de rádio, com ingresso permitido ao público. Visavam a criar comportamentos, selecionar opinião e transmitir representações da classe no poder. Cabe lembrar que tanto o rádio como a imprensa escrita estava sob rígida censura governamental, através do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), portanto, tudo que saía pelo rádio já estava devidamente censurado.

Uma imagem moldada para ser consumida. A rádio Nacional, em 1943, já monopolizava a audiência carioca, “*há pelo menos sete anos a Orquestra Brasileira de Radamés e um milhão de melodias envolviam a música popular nossa e dos outros em nova*

¹⁰⁴ *O Cruzeiro*, 18/2/1933.

¹⁰⁵ *Idem*.

*roupagem sob o patrocínio de Coca-Cola*¹⁰⁶. A rádio Nacional foi criada pelo grupo *A Noite*, em 1936, mas em 1940, Getúlio Vargas, por conta de algumas dívidas do grupo, encapou a rádio. A Nacional torna-se uma rádio governamental ligada às diretrizes políticas do governo, mas autônoma economicamente, pois podia “*competir no mercado publicitário com as estações mantidas pelo capital privado, reinvestindo todo o lucro do seu faturamento na própria expansão, conquistando a cada ano talento, espaço e prestígio*”¹⁰⁷.

Localizado no 22º andar do edifício *A Noite*, na Praça Mauá, o auditório de quatrocentos e noventa e oito poltronas da rádio ficava repleto, no dias de show, com os fãs-clubes das cantoras de rádio. Ao longo dos anos 40, a rádio *Nacional* constituiu-se em “*veículo capaz de transmitir tanto o magnetismo dos cantores, locutores e radialistas quanto acordes sinfônicos da orquestra regida por Leo Peralchi em Festivais GE, ou a eficiente participação do departamento de Jornais Falados liderados por Heron Domingues*”¹⁰⁸.

Competindo com audiência da rádio Nacional, estavam a Mayrink Veiga, Cruzeiro do Sul, rádio Club do Brasil, Rádio Globo, de 1944, Continental, de 43 a rádio Tupi, de propriedade de Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados e a rádio Mauá, que estava vinculada ao Ministério do Trabalho e, de acordo com a publicação anual, o Almanaque da Cidade, era tida como a rádio do trabalhador: informe e instrui o homem do trabalho que produz ao lado do que é útil, o agradável – programas musicais escolhidos sem sujeira favelesca!! Essas rádios compunham o “*star system*” carioca, reino mágico onde se coroavam rainhas e reis e onde se moldava o perfil do carioca urbano de pelo menos mais duas décadas, 1940 e 1950.

Por fim, o tradicional esporte de elite, o futebol, introduzido pelos ingleses, ainda no final do séc. XIX, avançou pela contramão da História, isto é, incorporou pouco a pouco as camadas mais pobres da população, constituindo-se em 1930, um esporte de massa, com jogadores negros inclusive. A partir de então o futebol se profissionalizou e tornou-se uma paixão popular, que foi interpretada da seguinte forma por Oswald de Andrade:

“Quem negará ao futebol esse condão de catarse circense com os velhos sabidos de Roma lambuzavam o pão triste das massas? Não podendo xingar o patrão, que o rouba, o operário xinga os juizes da partida e procura espancá-los como se o bandeirinha mais próximo fosse o procurador da prepotência e do árbitro”¹⁰⁹.

Compreendendo essa tendência, as revistas ilustradas e jornais da época publicavam uma grande quantidade de fotos dos jogos, sob todos os ângulos, além de passarem a destacar repórteres para a cobertura das temporadas e dos assuntos futebolísticos. A produção em quantidade de imagens sobre o futebol iniciava-se, reservando à classe dominante os camarotes e tribunas de honra dos estádios.

1.5.4- FEIRA DE VAIDADES

Por um lado, se certos espaços são abertos ao uso popular por estratégia de controle social, por outro, certos espaços permaneceram reservados à classe burguesa em processo de constante auto-reconhecimento e afirmação. A burguesia carioca de 1930 e dos anos 40 continua abrindo a “*season*”, tomando o seu “*drink*” e fazendo o seu jogo.

Em junho de 1938, a revista *Beira-Mar* enuncia a entrada da “*season*”,

¹⁰⁶ Sarodi, L.C. “Na Encruzilhada: Rádio e T.V. em 1950”. In: *Almanaque 1950*, RJ, João Fortes/Index, 1985, p. 128.

¹⁰⁷ Idem 124.

¹⁰⁸ Idem 123.

¹⁰⁹ *Nosso Século* Vol. III, p. 152.

“esse pequenino vocábulo inglês representa, em todas as partes do mundo, nas sociedades em Nova York, Berlim, Paris e Roma, o momento culminante de sua vida, a estação de seu maior esplendor social... Acontecimentos à margem da alta elegância carioca, sem a sua participação e interesse, têm anunciado o começo da estação. Mas faltava-lhe o prestígio e a distinção característica da elite, inconfundível pelo seu ‘cachet’, pelo seu tom, pelo seu bom gosto, pela sua finura. Mas esse acontecimento vai, finalmente, se verificar, com a inauguração no próximo dia dois de julho, do novo ‘grill-room’ do Cassino Copacabana”¹¹⁰.

A “*Feira de Vaidades*”¹¹¹ coloca à disposição do mundo elegante carioca, espaços de exposição e ostentação, para que o culto ao ornamental e ao fútil continuem a ser o fundamento da cultura burguesa da primeira metade do século XX. Restaurantes, confeitarias, clubes e cassinos ampliaram a geografia de aparência da cidade.

Entre os restaurantes, o destaque era reservado para o Lido, em Copacabana,

“nas *soirées* do Lido continuam cheias e agradabilíssimas. Com o seu impecável serviço, sua orquestra esplêndida, o arranjo habitual e característico do seu interessante interior, o Lido proporciona as melhores noites recreativas do Rio. Ao ritmo lânguido dos tangos e da música sacudida das rumbas, os pares preenchem as pistas”¹¹².

Entre as confeitarias, a antiga Colombo mantinha a tradição, mas foi a Confeitaria Brasileira que trouxe à Cinelândia o algo que faltava, como explica o cronista:

“A luxuosa casa de chá deveria ter aparecido com a própria Cinelândia, assim pensa a sociedade carioca que enche todos os dias o esplêndido salão da bela confeitaria. É pena que estacionem às portas os almofadinhas, impedindo a entrada e a própria vista dos que, estando no interior, não desejem perder o contato com o movimento do passeio da Cinelândia”¹¹³.

Pontos de distinção e prestígio eram, antes de mais nada, lugares para ver e ser visto.

Dentre os clubes estavam o tradicional Fluminense e os Marimbás, no posto seis, com chás dançantes aos domingos, para o “*flirt*” saudável entre a juventude bronzeada e “chic”; na Lagoa Rodrigo de Freitas, o Caiçaras, inaugurado em Julho de 1935.

Entretanto, dominando o “*grand Monde*” carioca estavam os cassinos. Os cassinos da Urca, Atlântico e o Copacabana transformaram a vida noturna carioca: “*Era um programa, você se distraía, podia levar os amigos de fora; jantava, assistia ao show... mas até chegar ao local do show você tinha que passar pelo cassino, era um negócio bem bolado, porque você sempre acabava jogando em alguma mesa*”¹¹⁴.

No espaço dos cassinos media-se a elegância, o poder aquisitivo e a influência política dos pares. “É fácil verificar que o pessoal que vai se divertir não é aquele que espera o fim do mês, ou pelo princípio do que vem, o pano verde tem a mesma intensidade desde o primeiro dia até o último dia do mês”¹¹⁵, nas suas mesas uma burguesia milionária, fortalecida pelo estado novo, fechava negócios, travavam alianças e ampliavam fortunas, “*ali brilhavam os Guinle, os Lage, os Seabra, os Ascard e etc*”¹¹⁶..

O jogo era aceito e, inclusive, patrocinado pelo Estado, que até constrói o hotel Quitandinha, em Petrópolis, para que o jogo não parasse no verão. Carlos Machado relembra: “*participávamos dos mais importantes acontecimentos sociais daquela época, chegando a ser*

¹¹⁰ Beira Mar, 25/6/1938.

¹¹¹ Título de uma seção publicada na Revista Fon-Fon a partir da década de 1930.

¹¹² Fon-Fon! Jul, 1935.

¹¹³ Idem.

¹¹⁴ Entrevista realizada com a Sra. Helen Dale, fev. 1989.

¹¹⁵ Almanaque da Cidade, ano 1944, p. 65.

¹¹⁶ *Nosso Século*, Vol. III, p. 186.

*considerados a orquestra oficial do Estado Novo... abrihantávamos com nossas alegrias as noites despreocupadas de uma vida que corria sem muitos problemas*¹¹⁷.

Com uma arquitetura própria, cada cassino visava a destacar-se através da associação a um tipo de imagem:

“A mais elegante sociedade do Rio tem comparecido ao grill-room da Urca, onde a gente se transporta a um verdadeiro e delicioso coin de Paris (...) A Urca conseguiu o milagre de justificar os motivos europeus da sua decoração do seu grill-room. Criou um meio parisiense, onde não falta a trupe de Baltarim, com seus balados, os seus ‘sketchi’ e a adorável louira do seu french can-can. Não é possível ao carioca que, se presa de ser elegante, omitir do seu programa o grill-room da Urca. No grill-room do cassino Atlântico (...) respira-se um ar civilizado, transatlântico: a vida ambienta-se num meio elegante e aristocrático (...) O magnífico salão do grill reúne sempre o que o Rio tem de mais representativo e fulgente. O novo restaurante do Cassino de Copacabana, com sua sugestiva decoração, devida à arte de Henrique Lital em combinação com a Maison Janssem de Paris tem atraído um mundo elegante com suas deliciosas soirées de primeira estação”¹¹⁸.

Enquanto no espaço das ruas da cidade exaltavam-se os valores populares, nos circuitos fechados do “*high-life*”, as imagens ainda se pautavam em moldes estrangeiros para existirem. Era assim nos cassinos, restaurantes, confeitarias, nos clubes e nas grandes temporadas do *Jockey-Club*, que desde 1920 havia eleito o espaço de um bairro tradicionalmente de classe dominante, para a localização da sua nova sede, o hipódromo da Gávea. Desde os tempos da Belle Époque o turfe reunia a classe dominante num desfile de aparência, “*o frio não impede o comparecimento das nossas elegantes ao Hipódromo da Gávea, e, ao contrário, empresta ainda maior requinte à reunião esportiva e social*”¹¹⁹.

Esse modelo de cultura urbana, repleto de referências internacionais, teve no cinema um dos seus principais veículos, que “*subvertia a ordem espiritual do mundo*”¹²⁰ – A cultura carioca dos anos 30 em diante pautava-se nos moldes sonoros de Hollywood. E todas as imagens produzidas por essa cultura adquiriam essa marca.

“*Aloof*”, “*glamour*”, “*sophisticated*”, “*it*”, “*Sex-appeal*”, “*yampf*”, “*temperamental*” eram imagens associadas à mulher carioca, que era vista como “*ultra-moderna*”, esportiva, cinematográfica, tostada de sol, que esconde os olhos nuns óculos pretos deste tamanho, faz ginástica pelo rádio em Copacabana, toma *drinks* no OK, dança no *Carlton*, frequenta o sol e o mar com intimidade, como se vê, o tipo “*modern girl*”¹⁹³⁸. Por outro lado, o chamado “*sexo frágil*” conquista espaço na sociedade masculina. Em 1932 é estendido o direito de voto à mulher que, ao contrário da década anterior, passa a ser associado ao direito de lutar por uma vida mais justa. Foi Berta Lutz uma das principais defensoras deste direito:

“A participação da mulher na vida política não deve ser um objetivo almejado pela ambição ou vaidade, mas um instrumento destinado a conseguir a realização do programa feminista de igualdade jurídica e econômica dos sexos, de proteção à mocidade e à infância de justiça social, de educação, de saúde pública e de dignificação do trabalho”¹²¹.

Entretanto, modernizada pela crescente industrialização e ordenada pelas leis do Estado Novo, a sociedade reinterpreta os conceitos de trabalho, igualdade e justiça. O trabalho garantiria a mobilidade social, a igualdade conquistada através do voto; ampliaria o acesso aos benefícios da modernização da sociedade e justiça, garantida pelas leis sociais do governo; permitiria a liberdade de participação civil. Pilares da ditadura de Vargas, esses

¹¹⁷ Idem, p. 187.

¹¹⁸ Fon-Fon! Jul/ago, 1935.

¹¹⁹ O Cruzeiro, 7/7/1945.

¹²⁰ Careta, 4/6/1938

¹²¹ *Nosso Século*, Vol. III, p. 98.

valores, tal como a cultura ornamental das elites, só existia na aparência, pois a operária moradora do subúrbio não conseguiu viver à beira-mar e, se ia à praia, era de trem e lotação; só conseguiu ser estrela através das novelas de rádio, tinha direito a voto e não podia exercê-lo, e se participasse de algum movimento reivindicatório, podia ser presa e até expatriada, como foi feito com Olga Benário.

Em 1945, depois de duas bombas atômicas explodidas, termina a Segunda Guerra Mundial, e o Brasil elege o seu primeiro presidente, depois de quinze anos, através do sufrágio universal... O meio do século se aproxima...

1.6 – O SÉCULO XX FAZ CINQUENTA ANOS

“No interior, quando se ouve esse nome fabuloso – Rio de Janeiro – ou se pensa em uma supercivilização de pecado e libertinagem, ou se lembra de gravuras mais que exploradas do Pão de Açúcar, do Corcovado, da Av. Beira-Mar... Nada disso é o Rio. Ou melhor, tudo isso é o Rio. Tudo isso e mais o que os sambas cantam, os cronistas e os namorados gritam. E é essa mistura de asfalto e mata serrada, de noite de lua com violão e namorados na calçada e os night-clubs derramando luz e barulho... É esse contraste de poesia e deboche, esse paradoxo de noites líricas e lúbricas, é isso o Rio... Filhos de todas as religiões e raças, criaturas devassas ou virgens serenas, filhas de Maria ou livres profissionais do pecado, assassinos, ladrões, canalhas e heróis, todos comem, dormem e vivem sob o céu do Rio. É a cidade-democracia. Ninguém se conhece e, no entanto, todos falam nas ruas, contra a Light contar as misérias todas falam nas ruas moderna de capital”¹²².

1.6.1 – ARES DE IGUALDADE E LIBERDADE

A vitória da democracia americana contra os governos totalitários, na Segunda Grande Guerra, espalhou ventos democráticos para o Brasil. Iniciava-se em 1945, o processo de redemocratização nacional, com a constituição dos partidos políticos de base prioritariamente urbana.

Ao contrário dos partidos da República Velha, os formados nesse período pretendiam constituir-se em uma expressão nacional. O Partido Social Democrático (PSD) e a União Democrática Nacional (UDN) foram os dois maiores partidos: o primeiro criado pelo próprio Estado Novo, para fazer freqüente aos novos rumos da política, e o outro constituiu-se, justamente, na luta contra o Estado Novo. Apesar dessa origem divergente, ambos defendiam o sistema capitalista, um sistema representativo, e tinham como principal bandeira uma nova constituição, que seria elaborada a partir de seus ideais¹²³.

Quem votava na UDN ou no PSD podia morar em arranha-céus em Copacabana ou nas mansões da Gávea, mas com certeza jantava no Lido, jogava nos cassinos, freqüentava a piscina do Copacabana Palace e subia para Petrópolis no verão, além de viajar freqüentemente para a Europa ou Estados Unidos e não dispensar o “*chauffer*” nas compras no centro. Podiam ter fazendas no interior ou ligações comerciais no exterior, mas com certeza eram acionistas da Light e no Banco do Brasil e, se não participavam do Governo, mantinham contatos íntimos com o poder. Entretanto, no afã de reconhecerem-se com essas imagens de poder, as camadas médias urbanas, que na sua maioria viviam de salário e não de rendimentos, fechavam com esses dois partidos, ou então com o Partido Trabalhista Brasileiro – o PDT – braço trabalhista do PSD. Neste quadro, restava como oposição o Partido Comunista Brasileiro (PCB), que, desde a sua criação em 1922, vivia mais na clandestinidade do que na

¹²² O Cruzeiro, 4/2/1950.

¹²³ Sobre a questão da redemocratização brasileira e formação dos partidos políticos: *HGCB*, Vol. 10. Nosso Século, Vol. IV, 1º capítulo.

legalidade. Com os ventos democráticos, até os comunistas conseguem se fazer representar no Congresso, mas a leve brisa democrática não superou o tufão da guerra fria, e o PCB retorna à clandestinidade em 1947. O fato é que a política tronara-se assunto. Na conversa de bar, no trem da Central, no estádio de futebol ou na pérgula do Copacabana, o exercício do voto mobilizava “chics” e suburbanos, homens e mulheres, mas ainda excluía os analfabetos. A cidade do Rio de Janeiro, capital da República, ganhou áreas de igualdade e liberdade, não importava tanto quem ganhasse, o importante era que se podia votar e falar mal de quem fosse eleito.

1.6.2 – “O RIO DE JANEIRO CIDADE QUE ME SEDUZ...”¹²⁴

A imagem do Rio de Janeiro, como cidade-democracia, ganharia a sua forma perfeita no final dos anos 40, e no bojo da democracia estaria a própria cultura de massa.

A Segunda Guerra Mundial, redefiniu os quadros da política internacional, elevando a cultura americana ao ideal de civilização e reorientando, nos trópicos, os modelos estrangeiros¹²⁵. A *Revista Rio* do ano de 1953 expões com clareza essa redefinição:

“Primeiro fomos mais ou menos lisboetas, com o mundanismo, depois londrinos e parisienses, agora somos new-yorkinos e hollywoodenses. O que chamava antigamente ‘sarau’ passou a ser ‘soirée’ e hoje em dia é ‘party’ (...) No tempo do binóculo floresceu a nossa primeira linhagem de elegantes republicanos. O asfalto, depois o automóvel fizeram o resto (...) Hoje poderíamos dizer: o Rio ‘grows smart’ ou se acharem o adjetivo ‘smart’ também já foi vocábulo elegante usado antes de 1914, poderão fazer uma tradução mais moderna – ‘Rio grows swell’ -¹²⁶.

Em 1950, no Rio de Janeiro, florescia o mundo moderno da metrópole burguesa definitivamente constituída. Um espaço bem marcado, com suas fronteiras delimitadas pela ‘gare’ da Central e pela orla marítima. Nesse intermédio, viviam o Rio moderno e promissor, sociedade afluyente de signos de distinção. Para além da Central do Brasil, os subúrbios eram o reverso desta imagem, era onde “*a vida tem horizontes exíguos e as aspirações e os sonhos os seus limites nos trilhos da estrada de ferro, (sendo) o rádio a única porta de evasão*”¹²⁷.

O centro da cidade ficou reservado ao trabalho e lazer. Nesse espaço espalham-se os arranha-céus de escritórios, o comércio elegante da cidade, as confeitarias e os cinemas da Cinelândia. Era neste espaço também que se cruzavam respeitáveis banqueiros, empresários ou altos funcionários do governo, saindo para o almoço na Colombo; grã-finas que vinham ao centro avaliar as últimas novidades da moda na casa Canadá; brotos e garotões tostados de sol indo para o “programa” na Cinelândia, com a grande massa anônima trazida pelos trens elétricos da Central em busca de sustento, trabalho e talvez um pouco de magia carioca.

Entretanto, para morar e se divertir só existia Copacabana, que reunia os pontos mais nobres da cidade, em termos de vida noturna. Entre os quais destacam-se o “*grill-room*” do Copacabana Palace, que mesmo depois da proibição dos cassinos, em 1946, continuava trazendo para seus shows celebridades internacionais; a boite do Hotel Vogue, famosa pelo jazz; Casablanca, o Sacha’s, o Bistrô etc.. – lugares que fazem parte da memória vivida dos copacabanenses, os “legítimos cariocas”.

Copacabana, apesar do “boom” imobiliário de fins da década de 1940, continuava sendo um bairro residencial, que precisava até fazer campanha publicitária, para que a população do bairro utilizasse o comércio local. “Compre no seu bairro”, era a grande

¹²⁴ Continua “de dia falta água de noite falta luz”. Marcha Carnavalesca de Vitor Fimon e Fernando Martins, 1945.

¹²⁵ Ortiz, Renato. Op. cit., p. 76.

¹²⁶ Rio nº 170/171 – ago/set, 1953.

¹²⁷ Peregrino, Jr., In: *Nosso Século*, Vol. IV, p. 154.

“campanha educativa”, iniciada pela *Revista de Copacabana*, órgão oficial do comércio da região praiana, iniciou em 1948.

Com efeito, Copacabana havia se tornado a imagem-emblema do Rio: um bairro de fisionomia “ultra –moderna”, cuja população possuía um jeito próprio de ser: cosmopolita, irreverente e “glamourosa”.

Esse perfil de Copacabana, que se tornou sinônimo de Rio de Janeiro, era amplamente divulgado pela publicidade e fotografias. O carioca caía de “glamour”. Artur da Távola buscou uma definição contemporânea para essa expressão:

“Glamour? Como definir? – era a atração com alegria de viver. Brilho e apelo de homem e mulher sadios, dispostos a viver, prosperar, sorriso de permanente vitória. O glamour é a versão sensual e bela da mulher e do homem que ‘dão certo’ na sociedade industrial. Ele jamais abalou convicções e comportamentos. Representava o máximo de atração dentro do convencional. Era a estética da consonância. E a propaganda, bem como o cinema (e a fotografia), através das ‘estrelas’, usavam padrões e protótipos iguais nas telas ou nas peças publicitárias, pois nove entre dez estrelas usavam.

... Glamour, eis o mito dominante, perfumado, ajustado, fiel às esperanças da sociedade industrial”¹²⁸.

Por fim, durante cinquenta anos, veículos de uma cultura, que se pretendia anônima, as crônicas da cidade, os programas de rádio, as fitas de cinema, as fotografias, a publicidade e os primeiros reflexos da televisão produziam imagens que só adquiriam personalidade, na medida em que se identificassem com padrões propostos e aceitos socialmente pela classe dominante. Portanto, ao contrário de serem anônimos, essas imagens da cidade reiteram a dominação de classe, homogeneizando as representações sociais a partir de um certo olhar. Escolheu-se dentre essas a imagem fotográfica, para uma análise mais detalhada.

¹²⁸Távola, A. “No Tempo do Glamour”, In: *Almanaque 1950*, op. cit., p. 103.

CAPÍTULO II

CRIAÇÃO/REVELAÇÃO, OU MERA REPRODUÇÃO? – FOTOGRAFIA E FOTOGRAFOS NA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX

“A fotografia parece uma atividade simples mas, na realidade, é um processo variado e ambíguo, e o único denominador comum entre aqueles que o utilizam é o seu instrumento”.

Henri-Cartier Bresson ¹

“Em uma palavra, a fotografia é o que o fotógrafo quer que ela seja – uma arte ou um negócio”.

William Howe Downes ²

Portadora de uma natureza ambígua e variada, como classifica Henri-Cartier Bresson, a fotografia pode ser avaliada segundo um duplo referencial:

- Do produtor que a concebe – o fotógrafo;
- Do objeto que a produz – a máquina fotográfica (e todo o conjunto de recursos técnicos à disposição do fotógrafo).

Do ponto de vista do fotógrafo, a fotografia transforma-se em arte, informação, documentação, memória, segredo, descoberta, etc. Do ponto de vista dos recursos técnicos, a fotografia pode ser nítida e clara, difusa e envolvida numa bruma mágica, objetiva, direta, instantânea, etc.

Já fazem mais de 150 anos que se vem tirando fotografias e nunca da mesma forma. Tanto as correntes estéticas que surgiam, como o próprio desenvolvimento técnico influenciaram, sobremaneira, as imagens fotográficas produzidas.

Ao longo deste tempo a fotografia constituiu-se, popularizou-se, alcançou a mídia e rompeu, em muito, com os esquemas pré-estabelecidos. Tanto criador, como instrumento

¹ Loc. Cit. Blume, H. “Técnicas de los grandes fotógrafos”, Rosário, Madrid, H. Blume Ediciones, 1982, p. 3.

² “Massachusetts Photographers Work” In: Photo Era, 4, 3, March, 1900, p. 69, loc. Cit. Roseblum, Naomi, “A World History of Photography”, N.Y., Abbeville Press, 1988, p.296.

de criação se apresentaram muito mais criativos do que supunham os artistas do século XIX ao admirarem os primeiros “desenhos” gravados à luz.

A fotografia continua surpreendendo em possibilidades. No entanto, foi no período, localizado entre o final do século XIX até meados do século XX, que a fotografia estabeleceu seus pressupostos tanto ao nível de recursos técnicos, como ao nível das normas de aplicação. Pôr assim dizer, foi até os anos cinquenta que as inovações técnicas em fotografia apresentaram dados inéditos; a partir daí só aprimorou-se em torno de um esquema básico, através principalmente da eletrônica.

Quanto à estética, a imaginação humana é infinita. Entretanto, cada vez mais a fotografia artística se afasta da amadora, ao passo que esta última, se exime de pensar diante do automatismo crescente da máquina. Reafirmando, neste movimento, a máxima primordial: *“YOU PRESS THE BUTTON AND WE DO THE REST”*³.

2.1 – FOTOGRAFOS

Como apontou William Howe Downes, a fotografia desenvolveu-se desde os seus primeiros tempos cindida entre a categoria de arte ou de um negócio lucrativo. Da mesma maneira aqueles que a produziam também se apresentavam divididos em categorias distintas de fotógrafos.

Para Gilberto Ferrez a era amadorista iniciada em 1904 graças a Eastman e à sua primeira câmera portátil, impede que se aprecie de forma adequada a verdadeira arte fotográfica e a maestria dos fotógrafos pioneiros que trabalharam no Brasil entre 1840 e 1900⁴. Deste pesar depreende-se a existência de um fotógrafo profissional artista e de um fotógrafo amador que, auxiliado pelo desenvolvimento industrial e conseqüente aperfeiçoamento das técnicas de reprodução, afastou-se do trabalho artístico.

Eastman, o criador da Kodak aponta a existência de duas categorias de fotógrafos:

“a primeira são os verdadeiros amadores que devotam tempo suficiente para adquirir habilidades em revelação, impressão, coloração e etc, seu número é limitado aos que possuem as condições materiais essenciais para a prática da arte; a segunda é a dos que, faltando um ou outro requisito do verdadeiro amador, desejam imagens pessoais ou lembranças de sua vida cotidiana, objetos, lugares ou pessoas

³ Slogan da primeira Kodak portátil, lançada em 1888, pela Eastman Kodak Company.

⁴ Entrevista concedida pelo professor Gilberto Ferrez em 1/6/1990.

que os interessam em viagens, etc. O número desta classe só está limitado pelos que não têm instrumentos para produzir imagens”.⁵

Desta vez, a divisão se estabelece em função da propriedade dos meios técnicos de produção da fotografia. Os que possuíam recursos materiais suficientes eram os verdadeiros amadores.

Falsos amadores, verdadeiros artistas, profissionais competentes, ou qualquer outra denominação que se encontre, na realidade o critério de divisão é simples: *“profissional é o que exerce qualquer arte ou ofício com o fito de lucro, como ganha-pão. Amador é o que se dedica pelo próprio prazer pelo amor que lhe desperta a arte ou ofício”*.⁶

2.1.1 – PASSAGEIRO, PROFISSÃO: FOTÓGRAFO

A profissão de fotógrafo no Brasil é reconhecida desde a vinda dos primeiros daguerreotipistas, em meados no século XIX, incentivados pôr um mercado consumidor ávido pôr novidades européias.

Entre 1840 e 1900 cerca de 120 fotógrafos profissionais trabalharam na cidade do Rio de Janeiro⁷. Na sua maioria itinerantes estes fotógrafos dedicavam-se, à princípio, exclusivamente ao retrato, na forma de daguerreótipos. Posteriormente, com a introdução de novas técnicas e processos fotográficos baseados no princípio positivo-negativo, estes fotógrafos ampliaram o seu raio de ação, passando a registrar paisagens, hábitos e costumes dos lugares pôr onde passavam, e, muitos deles trabalharam, inclusive em expedições científicas.

Diante da possibilidade de se reproduzir a imagem, o número de fotógrafos fixos aumentou. Na última década do século XIX contava-se dezessete fotógrafos estabelecidos na cidade do Rio de Janeiro. A maioria destes profissionais era de retratistas premiados em

⁵ Loc. Cit. Medeiros, H. P. “A imagem fotográfica e suas construções”, Rio de Janeiro. UFRJ, Escola de Comunicação, Dissertação de mestrado, 1984, p. 36.

⁶ Photograma, nov., 1928, ano III, nº 28, p. 1.

⁷ Kossoy, Boris. “Origens e Expansão da Fotografia no Brasil no Século XIX”, Rio de Janeiro, MEC/Funarte, 1980, pp. 104-121.

exposições internacionais e especialistas em processos requintados, como a platinotipia.⁸

Dentre os principais fotógrafos retratistas estavam:

- Pacheco e Filho, Elias fotógrafo, Manoel Garcia, S. Moreira, Maison Richie Fotografia, J. F. Guimarães Fotografia, J. Gutierrez, Insley Pacheco, Carneiro e Tavares, Pedro da Silveira, Modesto Ribeiro, Teixeira Bastos, Bastos Dias, Carlos Alberto Fotógrafo, Henschel e Benque, J. M. Marguellos e Portrait Álbum Cypiano e Silveira Fotógrafos.⁹

Neste período, a profissão de fotógrafo era bastante valorizada pelo caráter artesanal e artístico que eles imprimiam ao seu trabalho e principalmente porque a maior parte do material utilizado na confecção dos clichês era feito pelos próprios fotógrafos. Aos poucos, no entanto, o processo fotográfico industrializou-se¹⁰ e o fotógrafo deixou de confeccionar o seu material de trabalho, uma vez que poderia ser adquirido nas recém-inauguradas casas comerciais de material fotográfico, reservando-se, somente, a bater a chapa e revelá-la.

Diante da simplificação dos processos de reprodução, de standardização do material utilizado e da demanda do crescente mercado consumidor de imagens – mercado esse criado pelos daguerreótipos e ampliado pelas carte-de-visite e definitivamente conquistado pelos cartões postais – ser fotógrafo, na década de 1910, era um grande negócio, como se anunciava na época:

“GALERIA PORTRAIT PARA BILHETES POSTAIS”.

Cento e vinte libras de lucro em três meses.

Foi este o lucro (líquido) do sr. E. Lopez de Diego, depois de ter pago todas as contas do Hotel, passagens de ferro, vapores e outras despesas em uma viagem que fez à América do Sul com uma máquina ‘Mandel’ para bilhetes postais.

Centenas de outras pessoas fizeram o mesmo. Pôr que não faz o senhor? Pode dobrar os seus ganhos atuais, trabalhando seja durante o seu tempo livre, seja permanentemente como fotógrafo de um minuto. Não é preciso experiência alguma, o nosso processo permite tirarem-se fotografias diretamente sobre bilhetes postais, sem chapas, películas negativas ou câmaras escuras. As máquinas ‘Mandel’ para bilhetes postais, fazem cinco estilos diferentes de fotografia. Ganham-se quantias mensais onde há gente: feiras, carnavais, corridas de touros, estações, cais, festas. Todos esses lugares serão uma verdadeira mina de ouro para o senhor com uma máquina ‘Mandel’. Jogos completos pôr 210 libras (ouro) para cima. Não importa a sua situação atual; dos muitos jogos que

⁸ Platinotipia – Processo de obtenção da prova em papel de platina (Ehrich, Richard, “Dicionário de Fotografia”, Lisboa, Pub. Quixote, 1986, p. 210. Explicação encontrada na revista *Photograma*, Jan./Fev. 1929: “Antigamente alguns fotógrafos usavam a platinotipia, que depois da grande guerra, devido ao preço do papel, caiu no rol das coisas esquecidas. E a platinotipia dava uma imagem de bela tonalidade e de grande permanência” (p. 1).

⁹ Almanack Laemmert, 1980, art. 929 – Fotógrafos.

¹⁰ No item 2.3 tratar-se-á com mais detalhe este processo.

fabricamos o senhor pode comprar um. Cada máquina está montada com lentes excelentes e produzirá fotografias claras e limpas ... The Chicago Ferrotipe Co. IL. USA.”¹¹

Assim, com a ‘facilidade’ do trabalho e a afeição do público consumidor pôr mais e mais imagens, não importando a sua qualidade, o trabalho do fotógrafo foi se desvalorizando. Para os fotógrafos amadores contemporâneos, o trabalho profissional no Rio de Janeiro era “*gerados às pressas, na ânsia de agradar ao freguês, cujo bom gosto ou não tinha de ser satisfeito, pois do contrário era um cliente descontente e perdido*”¹², além disso a maioria dos fotógrafos profissionais havia reduzido os processos fotográficos “*ao simples brometo em tom natural ou virado em sépia*”.¹³

Gilberto Ferrez considera que tal desvalorização deveu-se principalmente à proliferação até 1920 dos cartões postais, nos quais se reproduziam as fotografias de fotógrafos famosos como Marc Ferrez, sem lhes dar crédito.¹⁴

Valorizada ou não, a profissão de fotógrafo tornou-se uma necessidade na sociedade contemporânea. A partir de 1914, a fotografia passa a ser obrigatória em documentos de identificação: título de eleitor, passaporte, certificado de reservista, carteira de identidade, carteirinhas de agremiações, etc.¹⁵ Aos poucos também, a fotografia passou a ser utilizada em publicidade e o fotógrafo passou a marcar presença em eventos sociais e políticos. Na nossa sociedade, a imagem passa a ser utilizada como testemunho e o fotógrafo como testemunha. Uma testemunha ausente, pois o que sobra de seu trabalho é somente a imagem que fixou e que não lhe pertence mais na medida em que é vendida, veiculada em revistas ou coladas em álbuns.

A dissociação, entre o fotógrafo e o seu trabalho, promovida pela crescente necessidade de imagens na sociedade urbana fica exposta no relato singelo de Guilherme Glück:

“o maior negócio do fotógrafo é a repetição. Se o senhor tem uma tabela de preços, como eu tinha, meia dúzia de retratos custava tanto, uma dúzia o preço já era bem reduzido, porque não tinha a

¹¹ Careta 11.7.1914.

¹² Photograma, Mar, 1928, ano II, nº 20, p. 1.

¹³ Idem, Jan./Fev., 1929, ano III, nº 29, p. 11.

¹⁴ Entrevista concedida pelo Prof. Gilberto Ferrez em 1/6/1990. É importante ressaltar que a questão do crédito não esteve presente somente nos cartões postais, foi mais problemática, no que diz respeito à publicação de fotografias nas revistas ilustradas. Aí as fotografias valiam pelo que expressavam, não por quem as produzia. No Capítulo IV deste trabalho, as fotografias de revistas ilustradas serão objeto de análise.

¹⁵ Entrevista concedida pelo Prof. Gilberto Ferrez em 1/6/1990 e relato do fotógrafo Guilherme Glück, publicado no catálogo da exposição de suas fotos realizado entre Junho e Julho de 1988, Museu da Imagem do Som, Curitiba, Paraná.

revelação da chapa, só o papel e o revelador. Às vezes eu copiava uma fotografia anos depois, porque eu trabalhei 43 anos de fotógrafo”.¹⁶

Em 1927, a *Revista Photograma* publicou, em seu indicador de serviços fotográficos, uma lista com 74 fotógrafos trabalhando em toda a cidade do Rio de Janeiro. Instalavam-se em ateliês montados, mas também faziam trabalhos externos. Este número com a crescente demanda de imagens só tendeu a aumentar, entretanto, do conjunto, somente alguns eram os eleitos, pela elite endinheirada, como os melhores.

Esta tendência evidenciou-se, de forma mais clara, nas décadas de 1940 e 50, quando os fotógrafos passaram a freqüentar assiduamente, os espaços dos salões, cassinos, casas noturnas de diversão, etc. em busca do momento adequada e da melhor expressão. A elite carioca não prescindia do fotógrafo para documentar a sua riqueza, poder e bem viver. Foram os retratos em atelier e as reportagens fotográficas de ocasiões especiais como: casamentos, batizados, bailes, comemorações diversas, etc. que fizeram o nome dos estúdios fotográficos de Lucena, Perrota, Sacha, Larondaise, etc.

Tais retratos e fotografias podiam ser ornamentados com passe-partout em papel cartão decorado ou organizados em álbuns, geralmente nesta época, preparados pelo fotógrafo. Algumas vezes, uma destas fotos poderia sair estampada em uma das tantas publicações ilustradas do período, entre os comentários da vida social. Esta circulação de imagens entre os membros de uma mesma classe atuava como um certificado de participação do indivíduo no grupo. Mais uma vez o fotógrafo atuaria como testemunha, reconhecido pela classe para a qual prestava o seu serviço, como o melhor tradutor de seus valores e comportamentos através de uma linguagem mais sedutora: a linguagem visual.

Não cabe neste trabalho entrar em detalhes sobre a especialização do trabalho do fotógrafo diante da multiplicação dos mídia, principalmente porque ultrapassaria, em muito o marco cronológico escolhido. Contudo, é importante ressaltar que nas revistas ilustradas, o trabalho do fotógrafo passou a ser creditado, com a introdução, pela revista *O Cruzeiro*, do estilo norte-americano de reportagem, onde o repórter de campo era sempre acompanhado de um repórter fotográfico para compor um texto-imagem. Aqui, no Brasil, este tipo de parceria foi feita pôr David Nasser e Jean Mazon, nos anos 40, na revista *O Cruzeiro*.

¹⁶ Relato de Guilherme Glück, p. 88.

Ainda dentro da categoria profissional, mas com um trabalho digno de ser tema de uma dissertação, não se pode deixar de mencionar o trabalho de Augusto Malta. Ele que depois de trocar sua bicicleta, pôr uma máquina fotográfica tornou-se fotógrafo oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro, até final dos anos 30, e o cronista mais fidedigno da realidade urbana carioca. Fotografando o pitoresco e o trágico, o público e o privado, a celebridade e a gente comum, a festa e a dor, Malta ganhou a sua vida com a fotografia, sem perder a arte.¹⁷

2.1.2 – AMADORES E SEUS AMORES

George Eastman, antigo bancário e apaixonado pela fotografia desde 1877, quando comprou a sua primeira máquina. Após algum tempo de pesquisa, lança, em 1888, uma pequena câmera fotográfica – a Kodak.

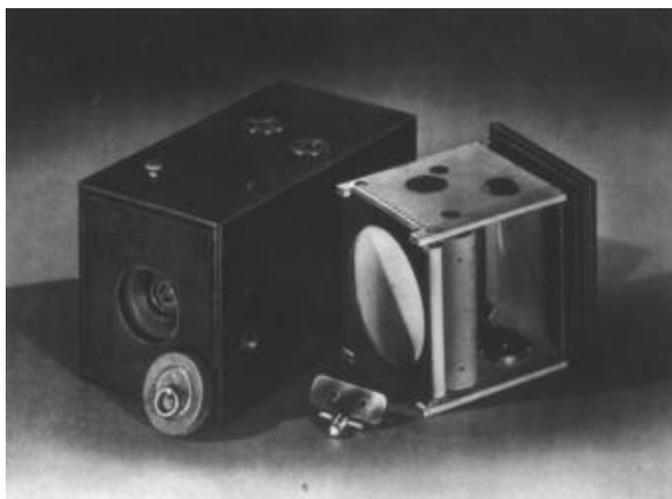


Imagem 1 – Revista Imagem, 1989, p. 2

¹⁷ Sobre o trabalho de Augusto Malta, ver: Campos, F. F. “Um Fotógrafo, uma Cidade: Augusto Malta, Rio de Janeiro”, Rio de Janeiro. Maison Graphique, 1987.

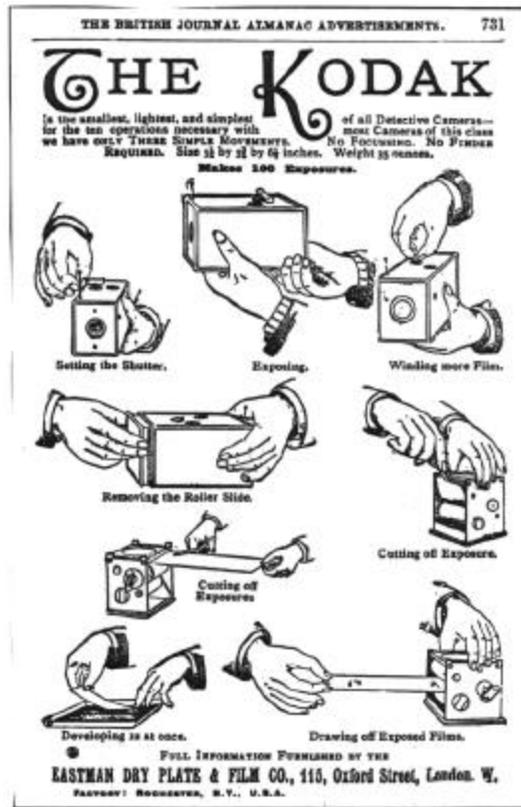


Imagem 2 – Lothrop, p. 43

Este pequena máquina portátil – com 9,5 cm de altura, 8,2 cm de largura, 16,5 cm de comprimento e dotada de um rolo com 100 fotogramas – inaugurou a era do foto-amadorismo. Isto porque simplificava o processo fotográfico ao máximo possível. O modelo nem visor tinha, bastava ao fotógrafo para o alvo e apertar o botão. Depois de bater todas as chapas, o dono enviava o equipamento a fabricante, pelo correio, recebendo a sua máquina de volta com um novo rolo de filme e acompanhada pelas cópias já ampliadas, tudo isso pelo preço de dez dólares.¹⁸

A simplificação extrema do processo fotográfico não foi tão bem recebida pôr todos aqueles que eram interessados pôr fotografia como Eastman. Os fotógrafos amadores sob a orientação do Linked Ring¹⁹ lutavam para fazer da fotografia uma arte, desenvolvida nos moldes da pintura acadêmica – consideravam o automatismo fotográfico uma falta de senso. No Rio de Janeiro esse grupo se fez representar desde 1904 pôr Sylvio Bevilacqua,

¹⁸ Lothrop Jr., E. S. “A Century of Cameras”, New York, Morgan Press, Dobbs Ferry, 1982, pp. 40-41.

Barroso Neto e Guerra Durval, a princípio no Fotoclube Carioca e posteriormente, em 1923, no Fotoclube Brasileiro.²⁰

O Fotoclube Brasileiro publicou a partir de 1926, a revista *Photograma*, veículo das idéias e normas pictorialistas na fotografia, mas também importante meio de informação das novidades técnicas norte-americanas e européias. Tudo o que era lançado pelas grandes firmas de artigos fotográficos, como a Kodak, a Agfa, a Geveart, etc., era não só experimentado no Fotoclube Brasileiro como divulgado para a comunidade de fotógrafos através de sua publicação mensal, além de fazer também enorme publicidade sobre as novidades em fotografia.

Logo no primeiro número de *Photograma* os membros da diretoria explicaram o papel do fotoclube: “o Fotoclube Brasileiro é uma associação dos que amam a fotografia e oferece a seus membros de ambos os sexos mediante a contribuição mensal de rs. 5\$000, o laboratório com ampliador, lições de um técnico competente, sala de pose, sessões semanais, concursos mensais, exposição anual de fotografias e distribuição mensal de *Photograma*”. Ainda neste número, no editorial de inauguração, a direção do clube explicou que o ideal primordial desta associação era a difusão da fotografia e o esforço de colocar os fotógrafos do Rio de Janeiro em dia com as novidades internacionais, utilizando-se da revista como veículo,

“Para isso ajudará ela (a revista *Photograma*) os principiantes com conselhos e exemplos, defenderá os interesses morais e materiais dos amadores e profissionais, trá-los-á ao corrente de todos os estudos, descobertas e novidades, auxiliá-los-á com lição de ilustrações e artigos de técnica e estética de modo que os que começam possam aperfeiçoar-se e evoluir dos simples batedores de chapa a amadores de fotografia pictorial, isto é, artistas conscientes que para exprimir as suas emoções usam a fotografia”.²¹

Assim, execrando o amador vulgar, pôr serem menos batedores de chapa e os convidando a sair desta condição e compartilhar da magia da fotografia pictorial, os membros dos fotoclubes criaram um rígido padrão de representação, onde o que não se encaixasse neste molde estava errado. Nesse sentido, a imagem fotoclubística deve ser entendida a partir das regras de produção que a geraram, tais como o ideal de pintura acadêmica e a uniformidade dos temas escolhidos pelos fotógrafos. Esta imagem atua como

¹⁹ Linked Ring-Grupo sob a chefia de George Davidson, fundado em Londres, em 1892. Proliferou em todo o mundo ensejando a criação de fotoglubese salões de fotografia, Kossoy, B. op. cit., p. 82.

²⁰ *Photograma*, Dezembro, 1926, ano I, nº 6. p. 2.

²¹ *Photograma*, Julho, 1926, ano I, nº 1, p. 1.

um canal de transmissão de ideais estéticos estrangeiros, reafirmando mas de representação do social.

A realidade representada através das lentes fotoclubísticas era próxima ao ideal. Daí o equilíbrio das formas ser alcançado através da atenuação dos contrastes. Uma imagem uniforme, sem contradição e repleta de meios tons. O recurso aos processos de pigmentação – bromóleo, viragem de sépia, resinotipia, etc. – e a intervenção sistemática do fotógrafo no fotograma, para retoque, eram práticas comuns para conseguir o resultado mais artísticos possível.

Os associados do fotoclube eram profissionais liberais que nas horas vagas praticavam a fotografia. Constituíam uma camada de alto poder aquisitivo que “*não vendiam nem davam suas fotos e geralmente utilizavam instrumental de último tipo*”.²² Além disso realizavam regularmente excursões marítimas, alugando lanchas, como também iam para Petrópolis e Teresópolis. Nestas excursões levavam suas máquinas – que poderiam ser mais de uma – escolhia-se um tema comum e depois as melhores fotos eram escolhidas para publicar na revista *Photograma* e expor. Nesta época o preço das máquinas fotográficas variavam entre 50\$000 réis – a mais barata – à dois contos de réis uma de último tipo.

O período de maior popularidade do Fotoclube Brasileiro foi na década de 1940, quando se realizaram duas grandes exposições e os resultados de seus concursos eram publicados em revistas de maior público como *O Cruzeiro*. Até este período a estética fotoclubística predominou entre os fotógrafos amadores, exercendo influência, inclusive, entre os fotógrafos profissionais, principalmente no que dizia respeito ao retrato.

Somente no início dos anos cinquenta, o movimento fotoclubista sofreria uma ruptura a nível nacional:

“com o aparecimento de muitos outros fotógrafos José Oiticica Filho teria uma importante participação na renovação fotográfico dessas associações de amadores, quer através de seu próprio trabalho, quer através de artigos técnicos, noticiosos e analíticos (...) juntamente com outros, Oiticica passa a produzir fotografias em que o ‘clima’ deixa de ser meramente registrado ou as técnicas de dissimulação pictoriais, mas passam a ser também ora a própria luz e seu jogo de sombras, ora a arquitetura e as formas”.²³

²² Entrevista concedida por D. Hermínia de Nogueira Borges em 20/7/1987.

²³ Introdução escrita por Paulo Herkenhoff para o catálogo de exposição: “José Oiticica Filho: A Ruptura da Fotografia nos Anos 50”, Rio de Janeiro, Funarte, 1983.

O fascínio pela imagem e a vontade de não ser figurativo levou José Oiticica Filho, professor de matemática e entomólogo do Museu Nacional, a promover no país, a partir dos anos 50, uma total reviravolta nos padrões estéticos da fotografia nacional, sintonizando a fotografia com a movimento geral da literatura, música e artes plásticas e arquitetura.

Entretanto, não se pode deixar de lembrar da outra categoria de amadores. Falsos ou não, foram os antigos batedores de chapas, aqueles que entregavam o seu trabalho para ser revelado pelas casas comerciais de material fotográfico, os que predominaram entre os amadores. Tanto influenciados pela estética fotoclubística, que lhes dava conselhos úteis sobre o enquadramento correto da foto, como indiretamente afetados pela ruptura na fotografia que lhes incitaria a mudar de ângulo e ver a realidade de um outra maneira, a maioria destes amadores se mantinham afastados das querelas teóricas, das pesquisas estéticas e da química dos laboratórios.

O fotógrafo amador, para o qual estava endereçado a publicidade da Kodak, preocupava-se mais em registrar o crescimento de seus filhos, os passeios de domingo, as festas de aniversário, os carnavais de quintal etc. Cenas domésticas, lembranças simples que, com a industrialização e barateamento dos recursos fotográficos, se multiplicaram pôr todos aqueles que possuíam uma câmera portátil.

2.2 – A EDUCAÇÃO DO OLHAR

Na primeira década deste século, o panorama urbano da cidade do Rio de Janeiro, já reformado pelo prefeito Pereira Passos, foi renovado pelos cartazes de publicidade, pelos cinematógrafos, cafés ‘chics’ e ruas largas. A cidade, desde então, passaria a produzir significados que pôr estarem ligados à técnica e à reprodução idêntica do real, ganhavam um caráter de naturalidade que descaracterizava todo o interesse e controle de classe existente na produção da imagem.

De fato, como explica Naomi Roseblum *“a explosão de produtos, técnicas e processos produziu uma mudança significativa, tanto nos tipos de imagens produzidas como na sua utilização, em decorrência disso estabeleceu uma nova audiência para as imagens fotográficas. Pôr seu turno, o crescimento no número de imagens forneceu*

informações que alteraram a atitude e percepção pública da realidade”.²⁴ Todo evento, acontecimento ou novidade merecia ser registrado, e no registro, a marca de quem aperta o botão, a escolha desta ou daquela imagem, fica profundamente comprometida pelo olhar de quem tira a foto, de quem tira da realidade o fato que vale a pena ser lembrado.

Este ato, muitas vezes espontâneo, outras tantas objetivamente analisado, nunca é inocente, pois está sempre imbuído de uma informação cultural. O enquadramento, a nitidez, o tamanho, o formato, o sentido, a direção e equilíbrio da foto fazem parte de uma cultura fotográfica, na qual todo aquele que adquire um aparelho fotográfico, pôr mais simples que seja, passa a compartilhar. Esse contexto cultural é variado e amplo, mas sempre existe uma ideologia que predomina e exerce a sua hegemonia, através da educação do olhar.

Nos primeiros vinte anos deste século, os manuais de fotografia, importados da França, predominavam e supriam a ânsia da cultura dos poucos amadores.²⁵ Em 1920 foi publicado o primeiro manual escrito em português, o *Compêndio de Fotografia para Amadores*, de autoria do professor Santos Leitão.

Fotógrafos profissionais, como Marc Ferrez não se eximiam da função de mestres.²⁶ Devido ao estreito contato com a pesquisa fotográfica, a maioria dos fotógrafos profissionais, que vinha exercendo a função desde fins do século XIX, era geralmente autodidatas e conseguiram criar um estilo próprio. Graças ao tipo de instrumental que utilizavam produziam imagens nítidas, nas quais o panorama urbano era o tema favorito.²⁷ Tais profissionais criaram escola entre os profissionais que se dedicavam à fotografia de arquitetura e vistas das cidades. Imagens que alimentaram a curiosidade da população urbana através dos cartões postais, até pelo menos ao final da década de 1920.

No entanto, só tinham acesso aos antigos fotógrafos profissionais quem se tornavam seus amigos, pois não fazia parte de suas atividades regulares ministrarem cursos abertos ao público. Apesar da maior parte dos fotógrafos profissionais, renomados ou não, não

²⁴ Roseblum, N. op. cit., p. 245.

²⁵ Os compêndios destacados são:

Courrèges, A. “Ce qu’il faut savoir pour réussir en photographie” (1907).

Panajou, F. “Manual abre’ge de Photographie a l’usage des debutants” (1921).

Ambos podem ser encontrados na seção de iconografia da Biblioteca Nacional.

²⁶ Entrevista concedida pelo Prof. Gilberto Ferrez em 1/6/1990.

²⁷ Ferrez, G. “Pioneer Photographers of Brazil: 1840-1920”, New York, The Center of Inter-American Relations, 1986, p. 4, Introdução.

exercerem a função educativa conscientemente, o faziam através de uma determinada padronização da imagem. Um exemplo disso foi a verdadeira ‘cartomania’ gerada com a criação, pôr Eugene Disderi, em 1854, da *carte-de-visite* e posteriormente do *cabinet-size*.

A *carte-de-visite* era uma foto colada em um cartão com dimensões de 6,25 x 10, 2 cm e o *cabinet-size*, seguindo o mesmo processo, possuía dimensões maiores: 10,6 x 18 cm aproximadamente. Em ambos os casos a finalidade era de oferecê-los a amigos e parentes como prova de amor e amizade. A composição fotográfica destes cartões seguiram, ao longo do tempo, uma regra ditada pelo tamanho padronizado, pelo sentido vertical e pela mudança regular de fundo e acessório como explica Gernsheim: “*cada década no período da carte-de-visite e mais tarde no cabinet-size teve seus acessórios especialmente característicos. Nos anos 60 era a balastrada, a coluna e a cortina; nos anos 70, a ponte rústica e o degrau; nos anos 80 a rede, o balanço e o vagão; no anos 90, palmeiras, cacatuas e bicicletas e no início do século XX, o automóvel*”.²⁸ O próprio cliente se convertia, ele mesmo, num acessório de estúdio, suas poses obedeciam a padrões estabelecidos e já institucionalizados de acordo com a sua posição social, como expõe Gisele Freund: “*o estúdio fotográfico se converte no armazém de acessórios de um teatro que guarda preparadas, para todo o repertório social, as máscaras de seu personagem*”.²⁹ Um mundo de objetos presentes para atribuir à imagem significados específicos.

Assim a imagem produzida em estúdio reificava os estereótipos sociais, educando o olhar para ver da maneira que deve ser visto. A realidade reproduzida em tais retratos era notadamente artificial, mas, pela tenacidade do meio que a produzia aparecia, aos olhos de quem as admirava, como um pedaço desta mesma realidade. Sem nenhuma intervenção esta imagem se pretendia naturalmente real. Esta suposta objetividade dos retratos em estúdio foi ressaltada com a introdução do retrato 3 x 4, todavia mesmo neste pequeno formato, um simples objeto já concedia significados a esta imagem.

No âmbito da fotografia amadora, somente com a fundação, em 1923, do Fotoclube Brasileiro que cursos apropriados ao iniciante passaram a ser ministrados. Esta associação tomaria para si a função de principal educador do olhar, como fica exposto na seguinte passagem: “*a faculdade de ver fotograficamente é mera questão de educação que custa, no*

²⁸ Gernsheim, H. e Gernsheim, A. “A Consise Histroy of Photography”, loc. cit. Kossoy, B. op. cit., p. 42.

²⁹ Freund, Gisele. “La Fotografia como Documento Social”, Barcelona, Gusta-Gilli, 1976, p. 62.

*começo, um pouco de reflexão, mas se torna em breve instintiva (...) e praticada como indicamos, a fotografia é uma excelente escola que ensina a ver, observar e admirar a natureza”.*³⁰

Nos seus cursos e através da publicação mensal do clube, a revista *Photograma* era ensinada teoria e prática fotográfica. Em termos teóricos dividiam a fotografia em três tipos: a fotografia anedótica, documentária e artística ou pictorial. Explicavam esta distinção da seguinte maneira:

“A fotografia anedótica é a que trata apenas de criar recordações de fatos, pessoas ou coisas (...) É a mais fácil das três divisões, e a que realmente os ‘amadores’ praticam. Assim um grupo de amigos, um recanto de jardim, um folgado de criança, etc., são fotografias anedóticas de interesse estritamente limitado a quem conheça o fato, pessoa ou coisa.

A fotografia documentária é a que visa, de modo mais aproximativo da verdade, grafar fatos, pessoas ou coisas, como sejam a fotografia de reportagem, a topografia, a microfotografia, a de identificação, etc.

Fotografia artística ou pictorial é a que traduz a sentimentalidade ou estado de alma experimentado pelo artista ao contemplar um motivo (...) na fotografia pictorial aplicam-se na generalidade as mesmas normas de composição e perspectiva do desenho e da pintura (...) O pictorialista deverá antes de tudo ser um hábil manipulador e técnico consciente de todos os processos, sem o que não poderá obter desde a ‘exposição’ até a impressão do fotograma, o cunho de individualidade que é básico e imprescindível em qualquer obra de arte”.³¹

Foi justamente neste terceiro tipo que centraram a sua atenção, em termos de discussões estéticas mais aprofundadas e de aplicação de normas de composição mais rígidas. É claro que os praticavam os dois outros tipos também foram influenciados pelas normas de composição fotoclubísticas, já que era o padrão unanimemente aceito.

Dentre as tais normas de composição as que mais influenciaram os amadores, mesmo aqueles que se limitaram à “fotografia anedótica”, e os profissionais diversos, foram expostas num artigo denominado o “O A.B.C. da Fotografia Pictorial”, publicado na revista *Photograma*. Destas destacam-se:

- I – Não coloque o objeto principal no centro da fotografia.
- II – Não ponha o horizonte no meio da prova.
- III – Linhas horizontais sugerem calma; verticais, grandeza e dignidade; diagonais, movimento.
- IV – Equilibre a composição. Pôr exemplo, se de um lado do quadro há uma grande árvore, que é o motivo principal, do outro lado do quadro para equilibrar, tenha uma moita ou um arbusto ao longe.

³⁰ *Photograma*, Julho, 1927, Ano I, nº 12, p. 1.

³¹ *Photograma*, Agosto, 1930, Ano IV, nº 33, p. 6.

V – Procure quebrar a linha do horizonte quando se apresentar longa e dura.

VI – Tenha um caminho ou qualquer outra coisa que leve o olhar de uma borda do quadro ao assunto principal”.³²

Em termos de prática fotográfica, o papel do fotoclube foi bastante importante. Ensinavam desde a vantagem e desvantagens da barata câmera caixote da Kodak, até detalhes de como se obter um negativo ideal, passando pelas questões básicas de enquadramento, tradução das cores em valores na fotografia preto e branco, os melhores tamanhos para cada tipo de imagem, os papéis e filmes adequados para cada tipo de foto, os tempos de exposição adequados para cada situação, as etapas de revelação e ampliação dos clichês, conselhos para iluminação artificial, além de divulgar as últimas descobertas técnicas em fotografia e as novidades no mercado fotográfico.³³

Sem dúvida alguma, o Fotoclube Brasileiro contribuiu para a divulgação de uma certa cultura fotográfica na cidade do Rio de Janeiro. Entretanto, fica claro que o acesso a estas informações era limitado àqueles que faziam parte das associações e tinham recursos financeiros suficientes para reciclar o seu instrumental e também o seu conhecimento. Este fato reafirma o caráter discricionário do controle dos meios técnicos de produção cultural no Rio de Janeiro desta época.

Voltada para a educação de um público mais amplo, e consumidores em potencial, estava a publicidade da Kodak que, desde a década de 1920, passou a publicar anúncios nas principais revistas ilustradas. Nestes, a Companhia sempre apresentava a forma mais fácil, interessante e correta de gravar os momentos da vida diária nas suas diversas expressões.

³² Photograma, Maio, 1931, Ano V, nº 43, p. 11.

³³ Estas informações foram adquiridas através da leitura sistemática da revista *Photograma*, do ano em que iniciou a sua publicação. Julho de 1926, até novembro de 1931, quando parou de ser publicada.

Photographias em Casa

São facéis de tirar com a Kodak moderna

ANTERIORMENTE julgava-se difficil tirar photographias dentro de casa. AGORA é facil tiralas com a Kodak moderna.



731. Deu a luz a photographia. E de agora em diante, tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.

podiam obter um numero de photographias sem que se precisasse de uma camera. Agora, com a Kodak moderna, a facilidade de tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.

mesas e as outras que tem de ser tiradas dentro de casa. Com a Kodak moderna, a facilidade de tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.

Facilidade de tirar
A Kodak moderna é a facilidade de tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.



Kodak Brasileira, Ltd., Rua São Pedro, 268, Rio de Janeiro

Imagem 3 –
Photograma,
Agosto,
1928, nº 5.



CHUVA OU SOL

Dentro de casa ou ao ar livre

Todos podem tirar agora bons instantaneos

Pertencem a classe... instantaneos dentro de casa... a facilidade de tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.

Facilidade de tirar
A facilidade de tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.

Facilidade de tirar
A facilidade de tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.

Facilidade de tirar
A facilidade de tirar uma photographia dentro de casa, produz-se com tanta facilidade e rapidez, que se podia, antes, tirar uma photographia no interior de uma casa, sem que se precisasse de uma camera.

Imagem 4 –
Photograma,
Julho, 1928,
nº 24.

Kodak Brasileira, Ltd., Rua São Pedro, 268, Rio de Janeiro



Um dos maiores attractivos da photographia para os amadores, é tirar retratos com a Kodak. Nada mais facil: basta collocar o Additamento Kodak para Retratos sobre o objectivo corrente da camara, e tiram-se facilmente de perto retratos nitidos da pessoa.



Resulta assim que se obtêm photographias de tamanho grande, retratos de meio corpo e reproduções, em tamanho natural, de objectos de arte, curiosidades, flores, etc. Tem um Additamento para todas as Kodaks e Brownies.

Peça-se nas lojas de artigos Kodak

Kodak Brasileira, Ltd., Rua São Pedro, 268, Rio de Janeiro

Imagem 5 –
Photograma,
Outubro,
1927, nº 45.



Estes instantaneos sairam bons por causa do Film Kodak

As vezes o seu album de photographias temoda com a Kodak, não tem Y. S. o unico de que todos os instantaneos tomados de Chapieiro se lembram os e de lembranças, com a sua brancura, podem ser visto velozes desde a ligada instantaneos do film?

Esses são os motivos que se apresentam de novo e para apresentá-los é preciso compará-los quando se oferecem, quaisquer que sejam as condições de luz do momento.

Os leitores que os gostam certamente em comparação com o resto das photographias, dão a preferência do mesmo e a certeza que não erram. O film, que representa papel de capital importancia para o momento, dá quasi sempre a resposta. No entanto, de

sempre se garante e que depende a certeza istina de que os instantaneos tomados com a sua Kodak são sempre bons, mesmo sob condições de mais severas.

A Thomas Kodak Company não precisa gastar seus esforços para apressar a sua Film Kodak no ponto de permitir a qualquer instante tirar as melhores photographias. A certeza com que seu film reage à luz, o resultado qual sempre se apresenta certo que se pode contar no tempo de exposição e a absoluta confiabilidade de cada rolo, conseguem fazer a mesma fama de que são feitos hoje em dia.



A "vasta certeza," resultado da segurança, identidade e Film Kodak.

Kodak Brasileira, Ltd., Rua São Pedro, 268, Rio de Janeiro

Imagem 6 –
Photograma,
Julho,
1930, nº 33.



Imagem 7 – Revista Imagens, 1989, p. 2.

Era para os inocentes “batedores de chapas” que a publicidade da Kodak se dirigia. A partir dos anos 30 esta empresa procuraria atingir um público mais especializado publicando bimensalmente a *Revista Kodak*. Tal publicação, ao contrário da *Photograma*, voltava-se exclusivamente para a prática fotográfica. Através de seus artigos relatando experiências bem sucedidas com produtos Kodak, vendiam o produto e usavam uma forma bem norte-americana de produzir a imagem. Nesta caso, a forma de expressar e o conteúdo de expressão eram totalmente controlados pelo canal emissor. Assim valores e formas identificados com a estética norte-americana, que nada tinha a ver com a realidade carioca, eram transmitidos como a justa representação, a única possível. Este tipo de publicidade entrou pela década de 1950 e através de seu teor educativo moldou gostos e criou modas.

2.3 – “VOCÊ APERTA O BOTÃO, NÓS FAZEMOS O RESTO”

O trabalho do fotógrafo, profissional ou amador, não poderia ser realizado sem uma infra-estrutura de apoio. A princípio, até pôr volta de 1890, tal apoio era feito pelo próprio

fotógrafo. No período do colódio úmido,³⁴ as placas tinham de ser sensibilizadas pelo fotógrafo; rapidamente expostas e reveladas quando molhadas. O processo razoavelmente prático quando usado em estúdio, mas em locais era necessário o uso de barracas improvisadas em quartos escuros, equipadas com garrafas, bacias e barris de água para a lavagem dos negativos.

A preocupação por uma maior praticidade dos métodos fotográficos e uniformização do material de uso esteve presente, tanto para aqueles que trabalhavam na produção da imagem fotográfica, como para outros que anteviam no fascínio exercido pela imagem, uma boa fonte de lucros. Naomi Roseblum explica que a estandardização, ou seja, a produção racional do material e processo fotográfico acelerou-se por volta de fins do século XIX, devido a um certo número de razões. Dentre as quais destaca:

1º - A contínua expansão industrial dos países capitalistas ocidentais, que investiam na regularização da produção de todos os bens e serviços manufaturados, considerando a fotografia como uma parte intrínseca da capacidade industrial.

2º - O crescimento da indústria química, especialmente na Alemanha depois da unificação em 1871, iniciou uma competição, entre os vários países, na produção de materiais sensíveis e de um aparato fotográfico mais refinado.

3º - Destaca como principal estímulo para a aceleração no desenvolvimento industrial fotográfico, o reconhecimento de que a fotografia era muito mais do que um instrumento que reproduzia o que o olho podia ver; revelou-se o potencial da imagem fotográfica como ferramenta para o conhecimento de fenômenos científicos, sociológicos e físicos, nunca presenciados anteriormente. Fato que também contribuiu para o progresso das técnicas de impressão que tornariam possível a transcrição da foto, para um público cada vez maior, através dos livros, jornais e revistas.³⁵

³⁴ O processo de sensibilização de chapas de vidro, com uma substância coloidal úmida, foi inventado pelo inglês Frederick Scott Archer, em 1851. As chapas de colódio úmido eram muito mais sensíveis à luz do que os processos anteriores, produzindo negativos de qualidade excepcional.

³⁵ Roseblum, n. op. cit., p. 245.

Em 1890, a tecnologia fotográfica já estava em pleno desenvolvimento. As antigas placas úmidas foram suplantadas pelas placas secas – uma emulsão gelatinosa de brometo de prata empregada primeiro somente em placas de vidro e posteriormente no leve e flexível filme de celulóide. As câmeras fotográficas tiveram o seu desenho aperfeiçoado e uma multiplicidade de aparelhos mais flexíveis e fáceis de carregar despontaram no mercado tanto para amadores como profissionais. Além disso, com o aumento da concorrência industrial, as grandes firmas passaram a investir maciçamente na produção de lentes mais rápidas, obturadores, diafragmas, fotômetros e na iluminação artificial para fotografia noturna e de interiores. Tudo isso permitiu um maior controle do fotógrafo sobre o resultado a ser obtido no negativo.

Um dos primeiros comerciantes a se interessar efetivamente pela indústria fotográfica foi George Eastman. Em 1880 ele já tinha montado uma indústria de chapas secas – The Eastman Dry Plate and Film Co. – oito anos depois, juntamente com a primeira câmera portátil Kodak lança o filme de rolo. A mesma base de celulóide das chapas só que em tiras enroladas. Com estas realizações Eastman conquista o mercado americano e se lança para o internacional.

Ao contrário das empresas alemãs, inglesas ou francesas que adotavam nomes próprios para denominar seus produtos como Zeiss, Gaveart, Jupiterlicht, Lumière, Goerz, E, Busch, Ernemann, Wellington, etc., a empresa de George Eastman registrou, em 1888, a palavra Kodak como marca de fábrica. Esta palavra surgiu do senso prático norteamericano como fica evidenciado no relato de seu mentor, George Eastman:

“eu mesmo inventei o nome (...) já tinha uma certa predileção pela Letra K – me parecia uma espécie de letra forte, incisiva (...) Foi então apenas uma questão de tentar um grande número de combinações de letras que formassem palavras começando e terminando pôr K. O resultado foi a palavra Kodak. Não derivou de qualquer outra palavra existente no dicionário e foi obtida através de uma longa busca de uma palavra que viesse atender todas as necessidades de uma marca de fábrica: ser uma palavra curta, impossível de ser mal pronunciada, em qualquer idioma, de modo a destruir a sua identidade. Pôr último ter uma personalidade forte e inconfundível”.³⁶

Através desta idéia simples e objetiva, Eastman lançava para o mercado mundial, juntamente com seus produtos, uma das pioneiras noções de marketing.

Juntamente com a Kodak, todas aquelas outras companhias citadas, saíam, no início deste século, em busca de mercados consumidores, instalando escritórios de

representação em determinadas capitais, ou fornecendo material para as primeiras casas comerciais no ramo que lá surgiam.

A cidade do Rio de Janeiro é um indicador do gradual crescimento do mercado fotográfico nos países periféricos. Em 1890 só existia, nesta cidade uma casa comercial que, entre outros produtos, vendia material fotográfico, a “Palheta de Ouro”, situada na rua Gonçalves Dias número 38. No entanto, os serviços de artes gráficas já estavam sendo desenvolvidos nas oficinas gráficas Laemmert, como expunha o seu anúncio:

“possuímos única oficina heliográfica no Brasil que fornece com maior perfeição e brevidade todos os trabalhos nos seguintes ramos de artes gráficas:

Fototipia – ou reprodução de desenhos, gravuras, pinturas e aquarelas, litografias, retratos, vistas, máquinas, etc., em qualquer formato e cor, imitando perfeitamente a fotografia sem ter a desvantagem de alterar-se pela luz. Em poucos dias tiram-se milhares de exemplares de um retrato ou de qualquer outro original (...). O preço destas estampas, usadas hoje geralmente na Europa, é muito mais em conta do que o das fotografias.

Litografia – para a execução de todos os trabalhos litográficos, como sejam, mapas, plantas, faturas, cartões, ações, cheques, recibos, rótulos, etiquetas, diplomas, músicas, bromolitografias, etc. Sendo feitas as gravuras pôr meio de processos rápidos e aperfeiçoados, pode-se aprontar qualquer trabalho com maior brevidade a preços baratos.

Fotografia – para a reprodução de desenhos, gravuras, fotografias ou tiragens do natural, fornecendo-se cópias em papel com tinta de impressão ou chapas sobre pedra ou metal para impressão litográfica ou tipográfica.

Fotolitografia ou fotozincografia – para o transporte de gravuras ou desenhos sobre pedra ou metal para serem impressas na máquina. Em três dias pode-se aprontar o transporte de uma estampa de qualquer formato que precisaria de meses para ser gravada a mão.

Heliogravura – ou reprodução de estampas sobre chapa de aço ou cobre para a impressão “. ³⁷

Tais serviços possibilitaram a grande produção de cartões postais, serviram de base para a posterior aplicação da fotografia nas revistas ilustradas e a sua própria existência já indicava, tanto o início do processo de massificação da imagem, quanto a realidade de uma sociedade mais complexa que, para funcionar, já demandava uma gama de produtos tipicamente urbanos.

Em 1907, o *Almanack Laemmert* já publicaria um total de sete lojas especializadas em material fotográfico, são elas: A. de Andrade, A. Leterre, Arsênio Borges da Câmara, G. Barandier – com depósitos para material fotográfico, J. A. Vieira, M. S. dos Santos e Marc Ferrez. Todas estas localizadas no centro da cidade. Em 1918 este conjunto já havia ampliado com a criação de mais cinco lojas: Bastos Dias, Feliz Osterbach, M. L. Cristobal,

³⁶ “Imagens”, S. P., Departamento de Comunicações. Kodak Brasileira, 1989, pp. 3-5.

³⁷ Almanack Laemmert, 1890, art. 717.

Marco F. Berteae e Ótica Inglesa. Todavia foi na década de 1920 que este mercado se estabelece definitivamente.

A partir de 1920 poderia ser encontrado, na cidade do Rio de Janeiro, as seguintes especializações no ramo da fotografia: representantes de fábricas estrangeiras de material fotográfico, revendedores de material fotográfico, fotógrafos de atelier, indústria fotográfica – uma única fábrica de cartões, álbuns e etiquetas em alto relevo - , mecânica fotográfica, gravadores e serviços de impressão.³⁸

Dentre as principais fábricas estrangeiras com escritório de representação no Rio de Janeiro estavam:

- Alemães: C. Zeiss, Jena-Ica, Johannes Herzog e Cia, S.A. Jupiterlicht, Hauff e Nettel, Agfa, Ernemann, Lutz, Wetzlar, Satrap-Voigtländer, Emil Busch, Goerz, Leonar, Krafft e Stwdel, Eisben-Berger e Íon.
- Francesas: Pathé, As de Trêfle, Lumière e Jouglu, S.O.M. Berthot, Pathé Baby e Demaria-Lapierre.
- Inglesas: Wellington e Ward Ltda e Illingworth.
- Norte-americanas: Defendos Photo Supply, Kodak Brasileira Ltda e Bausch e Lomb.
- Belga: Gaveart.³⁹

Cada uma dessas marcas especializava-se, geralmente em um ou dois tipos de produtos, como era o caso da Voigtlander-Satrap que produzia máquinas, filmes, chapas e papéis. Somente a Kodak e Agfa ofereciam todos os produtos – papéis, filmes, chapas, lentes, câmeras, filtros, tripés, valises, reveladores e fixadores, numa linha de material fotográfico. Justamente pôr oferecerem todos os tipos de produtos tinham mais bem entrada no mercado, a parte da maciça publicidade que realizavam.

Ao contrário da publicidade feita pela Kodak, que como já foi exposto dava ênfase à função educativa, a publicidade da Agfa vendia um estilo de vida e um padrão de qualidade. Sempre preocupada com a estética, a Agfa imprimia um clima de distinção e elegância em seus anúncios. Não reproduzia fotos em seus anúncios pois, a fotogravura não contribuía com a nitidez necessária para exposição do produto, ao invés disso, utilizava-se

³⁸ Photograma, Julho, 1927, Ano II, nº 12, Indicador de serviços.

³⁹ Idem.

de desenhos que reproduziam, através de um traço delicado, o mundo daqueles que tinham acesso aos produtos Agfa. De acordo com a tendência da época era um mundo chic e elegante, onde o ato de fotografar estava associado a um alto padrão de consumo. Pôr outro lado, fazia recurso do slogan curto e objetivo, no qual, a mensagem principal era a alta qualidade e a avançada tecnologia alemã.



Imagem 8 – Photograma, Agosto, 1927, nº 13.



Imagem 9 –
Photograma,
Junho, 1927, nº 11.

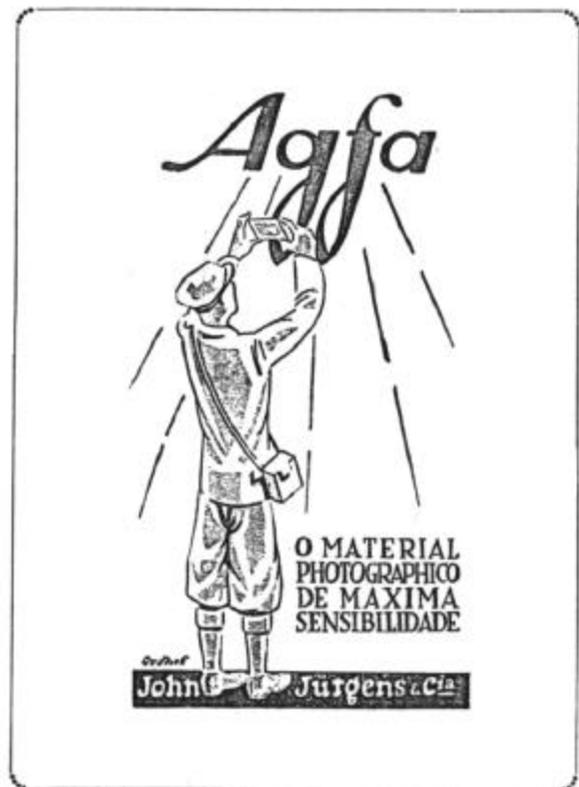


Imagem 10 –
Photograma,
Março, 1927, nº 8.

Instantaneos
interessantes



devem ser photographados
com material photographico
de primeira ordem.

Bullfight e Olimpicks

Agfa

são muito sensíveis, simples
de manejar, podem ser collocados
a luz do dia na camara e estão
sempre promptos para serem usados.

John Jürgens & Cia.
Rua da Allandega, 120

Imagem 11 –
Photograma,
Abril, 1927, nº 9.



Apparelhos, chapas, films, papeis, reveladores, accessorios,
tudo pode ser fornecido pela

Agfa

O material photographico insuperavel.

Não esqueça de pedir explicações sobre a nossa
camara cinematographica "Movex" e o nosso
projector "Movector".

Imagem 12 –
Photograma,
Julho, 1930, nº 33.



Camara
Standard
Agfa
o cumulo
da
technica

Encontra-se em todas as lojas essas do ramo.
Maxima simplicidade e nova construcção.
Manejo rapido — Obtenção de photographias nitidas.
A Camara é feita de melhor materia prima.
Peçam uma demonstração ao seu fornecedor.

Imagem 13 –

Photograma,

Novembro, 1927, nº 16.



LITTERATURA AGFA GRATIS PELA FIRMA
JOHN JÜRGENS & CIA.
Rua de Janeiro—5, Porto—Porto Alegre—Curitiba—Belo Horizonte—Belo e Brás

Imagem 14 –

Photograma,

Setembro, 1927, nº 15.

No contexto internacional, o final da década de 1920, foi a época do surgimento dos trustes de companhias de material fotográfico, criados para fazer frente à acirrada concorrência. Tal situação foi exposta num artigo publicado pela revista *Photograma*:

“Fundiram-se as fábricas Opstische Anstalt C. P. Goerz, de Berlin e a Ica de Dresden (...) pensa-se que a antiga combinação persistirá, mas acredita-se que o grupo Zeiss aderirá a nova (...). Câmeras fotográficas, aparelhos de iluminação, máquinas de cálculo e aparelhos científicos ficam para a Goerz (...) a A.A.G. Hahn ligada a Goerz ocupar-se-á de aparelhos cinematográficos. A Ica produzirá particularmente câmeras fotográficas, aparelhos de projeção para amadores e artigos para foto-química. Caberá a Ernemann, o primeiro lugar na fabricação de aparelhos cinematográficos para profissionais. A concorrência que este trust tem a temer é a da Agfa reunida a Rietzchel, de Munich, (...) que inundará o mercado com aparelhos perfeitos e baratos. O fim desse truste é aumentar a venda dos filmes Agfa, para o que venderá aparelhos fotográficos produzidos sem lucro imediato (...). No estrangeiro há a grande rival Eastman Kodak, com poderoso aparelhamento de produção, propaganda e expedição (...) Além disso o entendimento dos americanos da Eastman com a Pathé Frerès, de Paris, mostra o empenho americano em alargar a sua esfera de ação “.⁴⁰

Esta tendência demonstra a crescente importância da indústria fotográfica e o consumo cada vez maior de imagens.

A entrada no mercado destes representantes diretos, a partir da década de 1920, não tirou a importância do comércio retalhista de material fotográfico que, além da venda de produtos, também revelava e ampliava cópias de amadores “batedores de chapas”. Dentre as principais casas do ramo na época, com publicidade regular nas revistas especializadas estavam: Ótica Inglesa, Casa Carlos Gomes, Lutz Ferrando e Casa Bevilacqua na rua do Ouvidor e L. J. Martins, Perdigão e Cia., Casa Niépce e Bastos Dias na rua Sete de Setembro entre outras.

Principais Casas de Material Fotográfico.

CASA NIEPCE

Importação e Exportação de
Material Photographico

Completo sortimento
de Artigos para Photogravura
e Zincographia

SECÇÃO ESPECIAL PARA AMADORES

Serviço Expeditionario rapido
para
todos os Estados do Brasil



Imagem 15 – Photograma,

Novembro, 1931, nº 14.

⁴⁰ Photograma, Outubro, 1926, Ano I, nº 4, p. 25.

MATERIAS PHOTOGRAPHICAS

APPARELHOS
ACCESSORIOS
AMPLIADORES
ESPECIALIDADES
ALBUNS
ETC.

Phone Central 2215

LAO MARTINS
TRABALHO PARA AMADORES

CHAPAS
FILMS
PAPEIS
DROGAS
CARTONAGEM
ETC.

RIO DE JANEIRO

101 - Rua Sete de Setembro - 101 (1.º andar)
Entre Avenida Rio Branco e Gonçalves Dias

Imagem 16 – Photograma,
Agosto, 1927, nº 13.

PHOTOGRAPHIA DOS AMADORES

R. FERDINANDO & COMPANHIA

82, Rua 7 de Setembro - 1.º andar
Teleph. C. 3626

Especialistas em trabalhos
para amadores

O mais bem montado atelier para
Photographies de Arte

RIO DE JANEIRO

Imagem 1 –
Photograma,
Julho, 1926, nº 1.

OPTICA INGLEZA

Rua do Ouvidor, 127
Rio de Janeiro

Mantém importante secção photographica para amadores
Artigos de todas as principais fabricas

ESPECIALIZADO SERVIÇO DE REVELAÇÕES E COPIAS

Caixa Postal 1024

Teleph. Norte 5224

Imagem 18 – Photograma,
Agosto, 1927, nº 13.

Até a década de 1950, o Rio de Janeiro manteve o seu predomínio como fornecedor de material fotográfico para o restante do país, como esclarece o depoimento de Guilherme Glück:

“os primeiros materiais eu comprava do Rio, através de carta, tinha que remeter os ‘cobres’ adiantados, depois surgiu o viajante de material fotográfico (...). Bom, esse já facilitou, ele fornecia sob duplicata, o senhor tinha 30 dias, pagando à vista, tinha 10% de desconto (...) como eu era interesseiro, tratava de pegar os 10%. Depois já facilitou mais ainda, depois que abriu uma casa em Curitiba, com todo o material”.⁴¹

2.4 – BREVE COMENTÁRIO SOBRE OS RECURSOS DA TÉCNICA FOTOGRÁFICA DISPONÍVEIS NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO (1880-1950)

“O principiante que entra numa grande casa de artigos fotográficos fica maravilhado pelos inúmeros modelos de aparelhos, pela variedade incontável de fabricantes de chapas e papéis e pôr suas diversas qualidades. Ignora como escolher, porque ignora o que melhor se adaptará ao fim que tem em vista. Hesita. Atrapalha-se. Se tem a felicidade de falar ao dono da casa, que, aqui no Rio, em geral conhece seu gênero de negócio, receberá bons conselhos, a não ser que o comerciante, empenhado em lançar no mercado uma nova marca que lhe dê um pouco mais de lucro que os artigos de reputação feita, ponha acima de tudo os seus interesses pecuniários”.⁴²

Este diverso e concorrido mercado era o panorama final dos anos vinte, em termos de fotografia. No entanto, ao se retroceder no tempo, há quarenta anos, a situação era bem diferente. Em 1880 os fotógrafos recém libertavam-se da obrigação de sensibilizarem as suas próprias chapas, com a introdução do uso das placas secas à base de gelatina. Tal fato foi comprovado pôr Boris Kossoy ao verificar que, no anúncio publicado pelo estúdio de Alberto Henchel, destacava-se a possibilidade de se “*tirar instantaneamente retratos de crianças da mais tenra idade*”.⁴³

Pôr esse novo processo, continua Kossoy “*o fotógrafo não tinha mais que se preocupar em preparar suas chapas, pois essas já vinham prontas para serem expostas. Pôr outro lado, não havia mais a necessidade de revelar o material logo após a exposição – o que proporcionou maior agilidade ao fotógrafo*”.⁴⁴ Ainda na década de oitenta do século passado, outras importantes inovações nos recursos fotográficos foram realizadas,

⁴¹ Relato de G. Glück, p. 29.

⁴² Photograma, Dezembro, 1927, Ano II, nº 17, p. 3.

⁴³ Kossoy, B. op. cit., p. 81.

⁴⁴ Idem.

dentre as quais destacam-se: 1) a gradual substituição do papel aluminado, para cópias, pôr novos e mais sensíveis papéis e gelatina com base de cloreto de prata e brometo de prata – mais sensíveis que os anteriores –; 2) a aplicação de celulóide como nova base para os filmes; 3) o surgimento das primeiras câmeras portáteis “.⁴⁵

No Rio de Janeiro, do início do século, os fotógrafos com atelier montado utilizavam-se das inovações técnicas para atrair seus clientes, como é destacado em seus anúncios:

“Pacheco e Filho: rua do Ouvidor, 102. Prêmios nas exposições de Viena, Filadélfia, Porto, Brasil, Chile e Buenos Aires. Especialista em retratos inalteráveis pelo novo sistema de platinotipia.
J. F. Guimarães Fotógrafo: rua Gonçalves Dias nº 2. Retrato fixado a fogo.
J. Gutierrez – Sucessos: rua Gonçalves Dias nº 40. Trabalhos platinotipia.
Carlos Alberto fotógrafo: rua Sete de Setembro nº 4. Retratos em todos os sistemas, conserva-se a chapa para reprodução “.⁴⁶

O desenvolvimento industrial dos países europeus e norte-americanos contribuiu, em muito, para o progresso dos recursos técnicos da fotografia. A acirrada concorrência levou as empresas a investirem maciçamente na pesquisa tecnológica, aumentando, com isso, o volume de opções como chama atenção o seguinte comentário:

“Quando comecei a fazer fotografia – há tanto tempo! – cada fabricante anunciava apenas uma ou duas qualidades de chapas. Roll-film e film-packs ainda não existiam. (...) Hoje tudo mudou. Aumentou o número de fabricantes de primeira ordem. Nasceram as películas em rolo, pacotes e cortadas. Decuplicou a quantidade de marcas de chapas. Isto, é certo, alargou enormemente o circuito de possibilidades, como acontece sempre que há especializações (...)”.⁴⁷

Em plena década de 1930, já se realizava a microfotografia, a transmissão de imagens pôr telégrafo já havia sido experimentada e a fotografia à cores era uma realidade cada vez mais próxima. Afora a disponibilidade de recursos para a confecção de imagens, tais como: filmes orto e pancromáticos, lentes anastigmáticas, teleobjetivas e grande – angulares, aparelhos fotográficos reflex portáteis de precisão e rapidez inéditas, filtros para a correção da tradução das cores e todo o recurso para a revelação e ampliação da foto. Neste período a base técnica da fotografia já estava dada, o restante viria pôr adição através da eletrônica, principalmente com a posterior entrada da tecnologia japonesa no mercado internacional.

⁴⁵ Roseblum, n. op. cit., p. 443.

⁴⁶ Almanack Laemmert, 1980, art. 929 – Photographos.

No Rio de Janeiro, esse conjunto de recursos estava à disposição nas melhores casas do ramo, como ficou expostos na citação inicial deste item.

2.4.1 – PEQUENA CRONOLOGIA DOS RECURSOS DA TÉCNICA FOTOGRÁFICA.

A) Câmeras fotográficas.

O funcionamento da câmera fotográfica é baseado em um princípio bastante simples. Trata-se, essencialmente, de uma caixa escura que tem, num dos lados internos, um filme, ou qualquer superfície sensível à luz, e, no lado oposto uma pequena abertura. A luz vinda de um objeto qualquer penetra pela abertura, através de uma lente que projeta sobre o filme a imagem invertida desse objeto. Todas as câmeras, da mais primitiva a mais sofisticada, funcionam desta forma.

No início, as chapas fotográficas eram pouco sensíveis e precisam ficar expostas à luz durante vários segundos até minutos. À medida que foram desenvolvidos elementos que tornaram tais chapas mais sensíveis, as câmeras fotográficas receberam novos componentes e mecanismos para controle da luz e do tempo de exposição do filme, ganhando mais eficiência no registro de imagens.

Naomi Roseblum, data da década de 1880 o surgimento dos primeiros obturadores com velocidade estabelecida entre 1/100 até um segundo inteiro. Entretanto, somente em 1904, um obturador composto surgiria. Tal mecanismo, desenhado pôr F. Deckel para a Zeiss Company, era formado de lâminas que se fechavam pôr completo, e controlava, tanto o tamanho da abertura, como a velocidade que este permaneceria aberto, depois de alguns melhoramentos o conjunto – obturador/diafragma – passou a fazer parte de todas as boas câmeras de mão, com exposição de 1/1000 até um segundo inteiro ⁴⁸ e aberturas superiores a f/5,6.

Outro importante item, para o desenvolvimento do poder de precisão das câmeras fotográficas, foi a produção de lentes anastigmáticas. Este tipo de lente resolveu a distorção

⁴⁷ Photograma, Outubro, 1930, Ano IV, nº 36, p. 3.

⁴⁸ Roseblum, n. op. cit., p. 447.

em ambos os planos – vertical e horizontal – e tornou possível aberturas acima de $f/4,5$. Os primeiros modelos foram produzidos pelas companhias alemãs, Carl Zeiss e Carl Goerz, seguidas pela Dallmeyer, na Inglaterra, e Bausch & Lomb, nos Estados Unidos, que contribuíram com novos modelos. Somente porém, com a introdução da Zeiss Protar e Tessar, em 1904, puderam ser encontradas no mercados as lentes teleobjetivas e grande angulares. Estes recursos chegaram ao mercado carioca, somente em 1930, com a mesma marca de fabricação, como demonstra o anúncio publicado na revista *Photograma*, nº 33 de Julho de 1930.

Experiências com lentes Distar e Proxar Zeiss.



Valorizem as suas objectivas n'ellas adeptando as lentes

**DISTAR e PROXAR
ZEISS**

As lentes adicionais permitem tirar-se photographias impossiveis de se conseguir simplesmente com a propria objectiva da camera.

Com as lentes:
PROXAR podem se tirar

- PHOTOGRAPHIAS DE GRANDE ANGULO**
no campo, na rua, em interiores
- PHOTOGRAPHIA A PEQUENA DISTANCIA**
em tamanho natural ou augmentado, assim como por exemplo, documentos, insectos, flores, moedas, sellos do correio, etc.

DISTAR podem se tirar **PHOTOGRAPHIAS DE OBJECTOS A GRANDE DISTANCIA**
em tamanho maior que com o uso exclusivo da objectiva.

PHOTOGRAPHIAS DE RETRATOS

A venda em todas as boas casas do ramo.
Demonstrações e catalogos n.º 354 gratuitamente.

CARL ZEISS RIO Praça Floriano, 66
S. PAULO B. Hagedringa, 18

Imagem 19 – *Photograma*, Julho, 1930, nº 33.

Paralelamente ao desenvolvimento da ótica e da química fotográfica, os modelos de câmera seguiram o seu rumo no sentido de uma maior adequação entre a imagem real e a virtual, ou seja, aquilo que o fotógrafo vê e a objetiva registra. Assim o local onde estava

colocado o visor – dispositivo para o operador antever a imagem a ser registrada – determinaria os quatro sistemas diferentes, a partir dos quais, as máquinas fotográficas seriam classificadas.

No mais antigo dos sistemas, o visor é constituído pôr uma tela situada na parte posterior da câmara. A luz entra diretamente pelas lentes e a imagem aparece invertida na tela. As câmeras construídas com este visor são as chamadas “*view cameras*”. O primeiro modelo de “*view camera*” a ser amplamente comercializado foi a “*New Model View Camera*”, introduzindo no mercado, em 1883, pela “*The Rochester Optical Co’s*”.⁴⁹

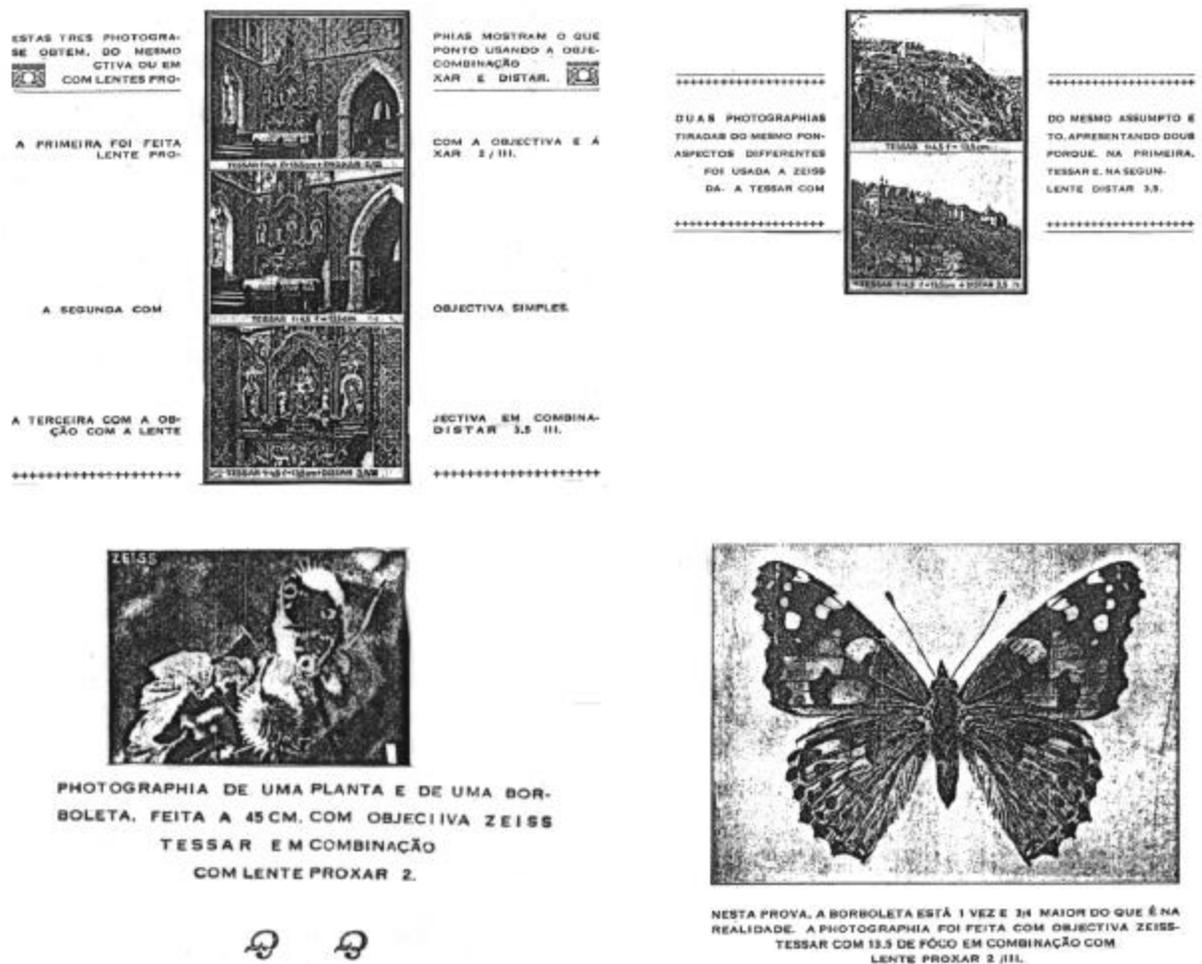


Imagem 20 – Photograma, Agosto, 1930, nº 34.

⁴⁹ Lothrop, Jr., E.S., op. cit., p. 26.

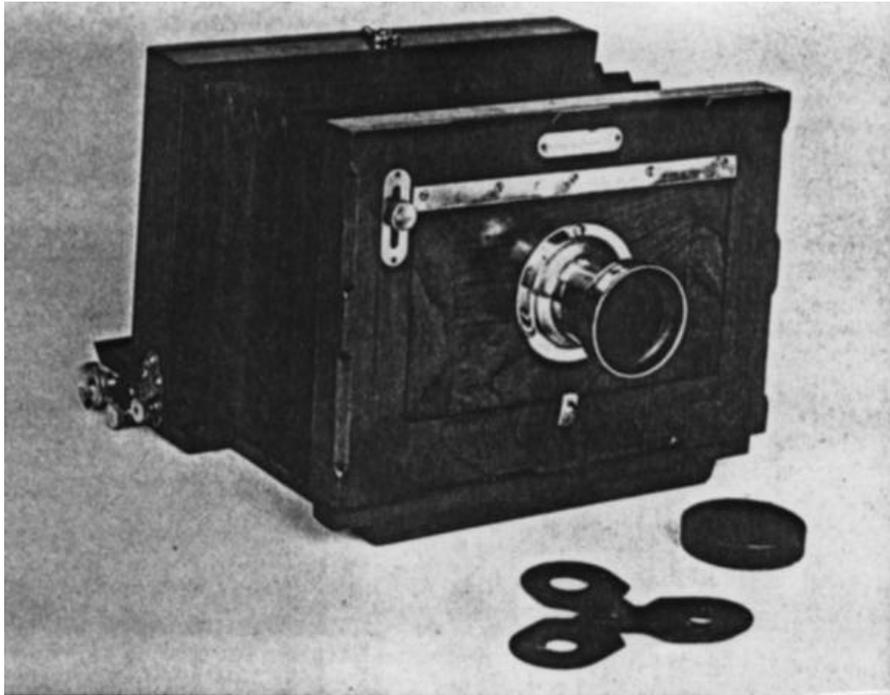


Imagem 21 Lothrop, p. 106.

O outro sistema aperfeiçoado a partir de 1890, é o do visor direto, ou “*viewfinder*”. Neste sistema a imagem vai direto do objeto ao olho do operador, sem passar pela lente que a leva ao filme. Tal procedimento, como destaca Newhall, “*para os fotógrafos acostumados a estudar pôr inteiro as imagens, no vidro despolido das suas câmeras de tripé, antes de expor suas chapas, a típica câmera de mão com visor direto era inadequada à uma composição artística (...). Queriam ver a imagem de mesma forma que a objetiva via, antes de fazer a exposição*”.⁵⁰ Mesmo assim, as máquinas fotográficas de visor direto conquistaram um amplo público tanto entre amadores como profissionais. Toda uma geração de máquinas de tipo caixote, de fole e 35 mm utilizaram-se do visor direto variando somente o seu posicionamento, no momento da exposição: ora para ser visto no nível da cintura, ora diretamente nos dos olhos.

As máquinas de tipo caixote compuseram, pôr mais de sessenta anos, a linha de câmeras populares, produzidas basicamente pela Eastman Kodak Co. Desde o lançamento,

em 1888, da primeira câmera portátil Kodak, esta companhia passaria a investir maciçamente na produção de máquinas de fácil utilização e baixo custo. Com todos esses requisitos cumpridos, lançou-se em 1900, a linha de máquinas *Brownie* Kodak, que sobreviveu, com algumas modificações, até 1965, quando foi substituída pela linha Kodak *Instamatic*.

As câmeras *Brownie* realizaram o sonho de muitos que viam na fotografia algo quase inatingível, pois com a sua extrema simplicidade poderia ser manejada pôr qualquer um, adultos ou crianças, amadores artistas ou batedores de chapa. A primeira *Brownie*, lançada no início deste século, guardava as mesmas dimensões da Kodak de 1888, e mesma facilidade de uso e igual simplicidade na apresentação: um caixotinho de madeira coberto de negro. Neste primeiro modelo, a objetiva era um simples menisco, o foco fixo e o visor opcional, e cobrado a parte, para quem prescindisse do acessório: o fabricante registrou, no alto da câmera, o ângulo para um enquadramento correto.⁵¹

A *Brownie* invadiu o mercado carioca em 1904, sendo sua chegada registrada na edição de domingo do *Jornal do Brasil*:

“A fotografia e as praias: exclamava há dias uma venerável senhora que ainda vai às praias para tomar banho. É uma praga, ninguém toma banho e todos tiram fotografias! Se uma pessoa se levanta – clic! – ouve-se um estalido; se se assenta, tem de tomar uma posição conveniente, pôr que fica rodeada de objetivas ávidas”.⁵²

⁵⁰ Newhall, Beaumont. “History of Photography”, New York, Museum of Modern Arts, 1982, p. 129.

⁵¹ Lothrop, Jr., op. cit., p. 106.

⁵² *Jornal do Brasil*, 11/9/1904.



Imagem 22 – Jornal do Brasil, 11 de Setembro de 1904.

Dentre os principais modelos de máquinas de fole destacam-se: os diversos tipos de “*Folding Pocket Kodak*”, lançadas em 1903 e, em 1914, adaptados aos estilo “*autographic*”, inaugurado pela Kodak para fazer frente à concorrência, através da distinção do seu nome; e a “*Speed Graphic*”, câmera lançada pela Kodak, em 1911, foi adotada pela imprensa americana tornando-se a sua máquina símbolo até 1950. Entre as máquinas de 35 mm, o destaque é para a Leica.

Tão simplesmente quanto o lançamento da primeira câmera portátil Kodak, foi o da Leica, em 1924. A Leica, um aparelho de 425 gramas e, 12,2 x 5,5 x 3 cm de comprimento e com todo o comando fotográfico concentrado na sua parte superior, revolucionou o hábito de fotografar no mundo inteiro. Esta pequena e leve câmera tornou-se o primeiro instrumento, comercialmente bem sucedido, a incorporar inovações do tipo: exposição instantânea, avanço rápido do filme e um alto nível de definição da imagem nas mais variadas condições de luz.⁵³

A Leica foi introduzida no Rio de Janeiro, em 1927, através do escritório de representação fotográfica John Jurgens e Cia., sendo prontamente avaliada pelo Fotoclube Brasileiro, na edição de abril de 1927, da sua revista mensal a *Photograma*. Na reportagem destacam a precisão de sua mecânica, a facilidade no manejo e a aconselham para aqueles que necessitam de realizar trabalhos com rapidez e precisão. Como exemplo, cita a exploração realizada pelo Dr. Benjamin Rondon no alto Mato Grosso, Goiás e Amazônia, “*cujos documentos fotográficos provaram que a Leica é o aparelho ideal para o explorador, turista e para o amador que quer ter sempre consigo uma máquina fotográfica para trabalhar eficientemente e que não sobrecarregue com volumes e pesos incômodos*”.⁵⁴

Com todos esses atributos, a Leica, e outras câmeras de 35 mm que a seguiram modificaram substancialmente o teor da reportagem fotojornalística. Tal tendência pode ser explicada, pelo fato de que, as imagens produzidas pôr estas máquinas eram suficientemente nítidas, para serem ampliadas e, na fase de editoração, poderiam ser organizadas em seqüências, de modo que prevalecesse a ação captada. A Leica era a máquina fotográfica preferida pôr Cartier-Bresson.

⁵³ Roseblum, n. op. cit., p. 603.

⁵⁴ Photograma, Abril, 1927, Ano I, n° 9, p. 10.

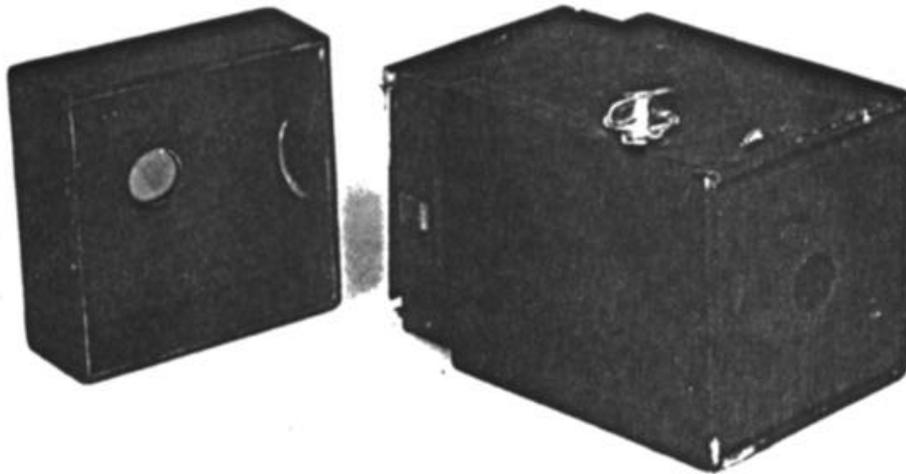


Imagem 23 – Lothrop, p. 106.

**Eastman Kodak Co.'s
BROWNIE
CAMERAS**

\$1.00

Make pictures $2\frac{1}{4} \times 2\frac{1}{4}$ inches. Load in Daylight with our six exposure film cartridges and are so simple they can be easily

Operated by Any School Boy or Girl.
Fitted with fine Meniscus lenses and our improved rotary shutters for snap shots or time exposures. Strongly made, covered with imitation leather, have nicked fittings and produce the best results.

Brownie Camera, for $2\frac{1}{4} \times 2\frac{1}{4}$ pictures, -	\$1.00
Transparent-Film Cartridge, 6 exposures, $2\frac{1}{4} \times 2\frac{1}{4}$, -	.15
Brownie Developing and Printing Outfit, -	.75

Ask your dealer or write us for a Brownie Camera Club Constitution. \$500.00 in Kodak prizes to the members.

**EASTMAN KODAK CO.,
Rochester, N. Y.**

Imagem 24 – Lothrop, p. 106.

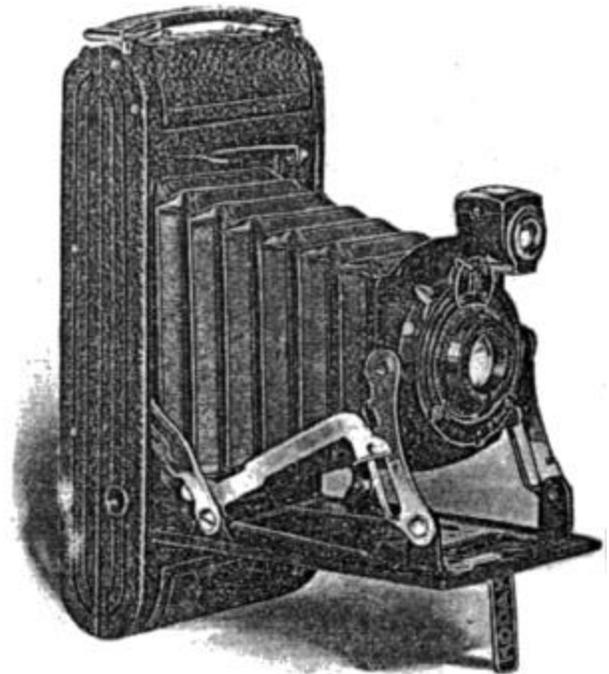


Imagem 25 – Photograma, Setembro, 1926, nº 3.

**A MACHINA QUE V. S. ESPERAVA SE INVENTAR...
CHEGOU !**

A Pupilla "NAGEL" é um aparelho photographico com as dimensões e o acabamento de uma joia.

VISOR OPTICO rigorosamente perfeito, imagens em pé, sem espelho, rejista-se e compõe-se como se vê e só o que se quer.

16 NEGATIVOS em filmes 4x6,5 encontrados em toda parte e revelados por V. S. mesma ou qualquer casa do ramo.

GRANDES PROVAS são muito facéis de se obter com uma machina precisa e de tão boa optica como a PUPILLA, seus negativos podem ser ampliados quase sem limites. A objectiva Elmar 1:5,5 de LEITZ garante a maior nitidez até hoje obtida em qualquer photographia.

TÃO PEQUENA que se usa diariamente, as oportunidades não mais se perderão, a PUPILLA estará comodamente a seu lado e será uma satisfação possuir um instantaneo raro, destes que fêm apparecido sempre que V. S. está sem machina.

UNICOS IMPORTADORES E DISTRIBUIDORES:
HERM. STUBBE & C.ia L. tda
Rua General Camara n.º 106 — Rio de Janeiro

Imagem 26 – Photograma, Abril, 1931, nº 12.

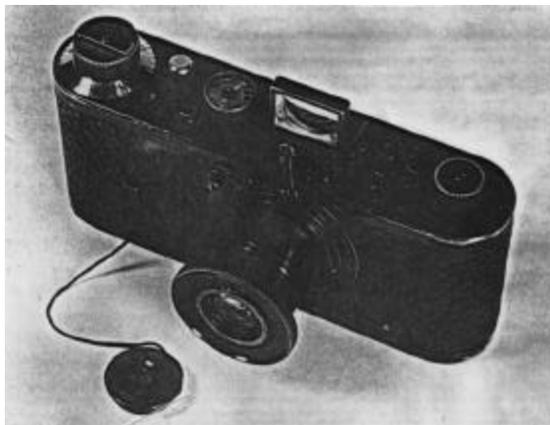


Imagem 28 – Lothrop, p. 154.

DECKRULLO-NETTEL
A machina mais aperfeiçoada do mundo

Esija o novo catalogo das machinas

Não compre machina alguma sem ver uma

Contessa-Nettel *Contessa-Nettel*

Imagem 27 – Photograma, Julho, 1926, nº 1.



Imagem 29 – Lothrop, p. 182.

Mesmo alcançando sucesso de público, as câmeras de visor direto produziam imagens com efeito de paralaxe.⁵⁵ A solução para este problema foi dada com a introdução no mercado das câmeras reflex. Neste sistema a imagem vista pelo fotógrafo é a mesma recebida pelo filme.

O sistema reflex se divide em dois tipos:

- Sistema objetiva única (SLR – Single Lens Reflex)
- Sistema de duas lentes (TLR – Twin Lens Reflex)

No primeiro sistema, um espelho móvel colocado atrás da lente reflete a luz, projetando a imagem sobre a tela de vidro fosco, passando pôr um pentaprisma, que a reverte e transmite ao olho. Eaton Lothrop, aponta que a primeira câmera reflex de objetiva única, a se tornar popular, surgiu no início deste século, produzida pela “Reflex Camera Co, Inc.”, e recebeu o nome de “Patent Reflex Hand Camera”. Na mesma época surgiram outras três: Graflex, Borson Reflex e Hall Mirror Reflex. Do conjunto, somente a Graflex conquistou maior popularidade no campo das reflex SLR.⁵⁶

No Rio de Janeiro os aparelhos reflex tornam-se populares a partir da década de 1920, principalmente entre os amadores de alto poder aquisitivo, como fica esclarecido no seguinte comentário da época:

“o aparelho reflex que tanto sucesso tem alcançado nestes últimos anos e que são consideradas pôr alguns amadores de descoberta e invenção recentes, são fabricados há mais de vinte anos (...) e só não se popularizou desde aquela data devido ao seu preço elevado”.⁵⁷

A partir de 1930, máquinas reflex, no sistema SLR, passaram a ser fabricadas com filme de 35 mm, no entanto, só tornaram-se populares de 1948 em diante.

⁵⁵ “Paralaxe – Efeito de modificação aparente da posição de um objeto ao ser observado de pontos de vista diferentes. A paralaxe verifica-se em máquinas fotográficas em que a imagem é observada por um visor separado da objetiva (...)”, loc. Cit. Ehrilch, Richard. “Dicionário da Fotografia”. Lisboa, Publicações Quixote, 1986, p. 200.

⁵⁶ Lothrop, Jr., op. cit., P. 104.

⁵⁷ Photograma, Fevereiro, 1928, Ano II, nº 19, p. 20.



Imagem 30 – Lothrop, p. 30.

O modelo TLR possui dois sistemas dispostos um sobre o outro no painel frontal da câmara. Um deles conduz a luz diretamente ao filme, o outro a leva até um espelho colocado a 45° em relação ao vidro despolido no alto da câmara, onde a imagem aparece invertida no sentido direita-esquerda. A primeira câmara reflex, no sistema TLR, a ser produzida regularmente, pela London Stereoscopic & Photographic Co. Ltd., em 1889, foi a “Magazine Twin-Lens Artist Camera”. Apesar da popularidade alcançada, no início do século, nos grandes centros europeus e norte-americanos, as câmeras de duas lentes deixaram de ser utilizadas, pôr um longo tempo, até ganharem expressão novamente, em 1930, com o lançamento pela Franke e Heidecke, da “Rolleiflex”, que tinha a vantagem de ser toda em metal e de utilizar o roll-film.

No Rio de Janeiro a Rolleiflex foi anunciada um ano após o seu lançamento, na revista *Photograma*, de janeiro de 1931.

“Rolleiflex”

a camera universal

a ultima descoberta em camera photographica

*A mais perfeita
camera photogra-
fica de rollfilm
que pôde substituir
a camera de chapa*



*A unica camera
photographica de
rollfilm que tem
vidro despolido e
mechanica reflexa*

*Procure V. S. com a “ROLLEIFLEX”
um motivo qualquer e a camera contesta-
rá se é ou não é retratavel.
A “ROLLEIFLEX”
raciocina e ajuda a V. S.*

*Acham-se a venda nas principaes
casas do ramo photographico*

UNICOS DISTRIBUIDORES NO BRASIL:

W. KEETMAN & Cia. - CAIXA POSTAL 1978
End. Tel. IMEX - AV. RIO BRANCO - 151/153
RIO DE JANEIRO

Imagem 31 – Photograma, Janeiro, 1931, nº 9.

Na linha de máquinas populares, a Kodak lançaria, em 1940, no mercado nacional a “Brownie Reflex”. Em seu anúncio de lançamento, todas as vantagens do aparelho foram descritas, com o intuito de demonstrar que tanto atributos poderiam ser adquiridos pôr tão baixo preço. Estava lançada, em publicidade, a ilusão do bom, bonito e barato, como expunha o anúncio:

“Radicalmente diferente: ultra-elegante-Novo estilo-preço popularíssimo .

Brownie Reflex tem ao alto protegido pôr uma tampa de metal, um genuíno visor de reflexo que espelha o assunto visando no tamanho certo que vai sair a fotografia. Esta é a nova câmara, viva e moderna, que constituirá a atração máxima no campo da fotografia popular (...).

O corpo da Brownie Reflex é moldado em material rijo. Os frisos do alto e da base são de alumínio acetinado e a tampa do visor de reflexo é um esmalte negro e brilhante. A chapa da frente é em cromo. (...) A Brownie Reflex é duas vezes econômica. Primeiramente pelo seu preço extremamente baixo – R\$ 115\$000. Em seguida pela operação – doze fotos num filme nº 127 “. ⁵⁸

Na década de 1940, devido ao esforço de guerra das principais indústrias mundiais, principalmente a alemã, houve uma momentânea parada no aperfeiçoamento dos modelos de câmeras fotográficas. A própria Kodak, líder absoluta no mercado fotográfico, lançaria uma campanha para a reabilitação das máquinas usadas, oferecendo para tanto assessoria técnica gratuita. Em período de recessão era mais uma tática publicitária da Eastman Kodak Co., para manter o seu mercado consumidor composto principalmente pôr amadores. ⁵⁹

B) Material Sensível: chapas, filmes e papéis

A utilização do colódio úmido para sensibilizar as chapas de vidro e do papel albuminado, para as cópias em positivo, determinaram o abandono dos antigos processos de daguerreotipia e do calótipo – negativo sobre papel. Tal avanço tecnológico, apesar de sua indubitável contribuição para divulgação da fotografia, não eximia o fotógrafo do trabalho de produzir o seu próprio material. Em vista disso, a utilização do elódio úmido e do papel albuminado, em pouco tempo foi suplantada pela descoberta de processos que se prestavam à industrialização. Um exemplo disso, foi a chapa de gelatina seca, aperfeiçoada pôr Charles Harper Bennet, depois de uma série de tentativas bem sucedidas de cientistas ingleses. ⁶⁰

As chapas secas à base de gelatina foram colocadas no mercado, em 1978, e, rapidamente, indústrias européias e norte-americanas iniciaram a fabricação em massa de pacotes com chapas prontas para serem usadas. Com isso, problemas que haviam perseguido os fotógrafos, pôr anos, foram resolvidos de pronto. Não havia mais

⁵⁸ Newhall, B., op. cit., p. 221.

⁵⁹ Revista Kodak, Jul./Agosto, 1940, Ano IX, nº 2, p. 4.

⁶⁰ Rosemblum, N., op. cit., p. 442 e Newhall, B., op. cit., p. 124.

necessidade de barracas e bagagens para se tirar fotos ao ar-livre, pois, com este novo tipo de emulsão, as chapas poderiam ser expostas, armazenadas e só depois reveladas.⁶¹

A princípio, para as chapas secas manteve-se o vidro como suporte, posteriormente, em 1883, passaram também a serem produzidas em celulóide. Material que, inventado em 1861 pôr Alexandre Parker, foi somente comercializado na década de 1880, primeiro em chapas secas, produzidas em pedaços com tamanho padronizado em torno de 25 mm e, posteriormente, em 1888, em roll-film, pela Eastman Kodak Co..

Até o início do século XX, tanto chapas como filmes eram ortocromáticos, ou seja, sensível a todas as cores, menos a vermelho. Em 1903, experimentos da indústria alemã Agfa, resultaram no aparecimento de filme pancromático, sensível a todas as cores inclusive o vermelho. Entretanto, tal emulsão só tornou-se amplamente comercializada a partir da década de 1920.⁶²

Tanto a emulsão orto como a pancromática eram supersensíveis ao azul, obrigando o uso de filtro amarelo para a correção na tradução das cores para o preto-e-branco; tais filtros poderiam ser feitos de vidro, colorido na massa, ou de gelatina tinta, como explica a avaliação sobre o uso de filtros, publicada na revista Photograma de 1927:

“os filtros de vidro são os mais baratos, dificilmente são arranhados e não desbotam. Atribuem-lhes o grave defeito de cortar não somente as radiações indesejadas, mas também as que são precisas, de sorte que para ter a mesma correção cromática, a pose será mais demorada do que um filtro com gelatina (...) os filtros de gelatina ou colódio apresentaram-se -nos sob três aspectos: a simples película colorida, a película posta entre vidros e a película posta entre vidros oticamente perfeitos. Da primeira a última variedade, crescem os preços”.⁶³

Para as cópias em positivo, no final do século XIX, novas qualidades de papel foram desenvolvidas. O “*Printing-Out-Paper*” (POP) e o “*Developing-Out-Paper*” (DOP) surgiram como respostas às necessidades de rapidez e definição da imagem, criadas pela crescente utilização da fotografia em lembranças cotidianas, documentação e reprodução em jornais e revistas.⁶⁴

O POP, produzido a partir de 1890, era coberto pôr uma emulsão gelatinosa de cloreto de prata e, tal como o papel albuminado, era utilizado em exposição solar pôr minutos ou horas. O DOP, desenvolvido na mesma época, era coberto pôr uma emulsão

⁶¹ Roseblum, N., op. cit., p. 442.

⁶² Idem e Newhal, B., op. cit., p. 126.

⁶³ Photograma, Agosto, 1927, Ano I, nº 13, p. 11.

⁶⁴ Roseblum, N., op. cit., p. 443 e Newhall, B., op. cit., p. 126.

gelatinosa de brometo de prata e possuía uma sensibilidade muito maior que os anteriores, pôr isso era possível a sua utilização com luz artificial – elétrica ou a gás – pôr poucos segundos. Contudo, ao contrário do anterior, deveria passar pôr processos químicos de revelação, da mesma forma que as chapas. Dentre os dois tipos de papel, o que permaneceu até os dias de hoje, foi o DOP; o POP tornou-se obsoleto pôr volta da década de 1920.⁶⁵

A partir desta época poderia ser encontrado no mercado carioca uma grande variedade de papéis, chapas e filmes, a ponto de ser publicado pelo Fotoclube Brasileiro um artigo para ensinar ao consumidor: “*Como escolher artigos fotográficos*”

“Deve o principiante escolher chapas, filmes ou *film-packs*? Muitas vezes a resposta depende da escolha inicial do aparelho, porque, grande número de máquinas permitem apenas chapas ou filmes, ou *roll-films* ou *film-packs*. Entretanto, há algumas que se servem das duas ou até mesmo das três espécies. (...) Os *roll-films* e os *film-packs* tem a imensa vantagem da leveza, não serem suscetíveis de se quebrarem e poderem ser carregados em plena luz do dia. Pôr outro lado custam mais caro que as chapas e, sob certas condições de clima o celulóide não se conserva como o vidro. Além disso o *roll-film* não permite que se revele uma só exposição das seis ou doze que se compõe o rolo. É preciso impressioná-lo todo. (...) É uma escolha pessoal. Entretanto, parece-me que, se tratando de viagens, convém escolher filme e, para fotografar em casa, é melhor usar chapas. Estas ainda tem a grande vantagem: os diferentes graus de rapidez das emulsões, o que permite adaptar-lhes a sensibilidade ao gênero de trabalho. Com os filmes são bem mais restritos os limites.

Para o principiante que não pode pensar em impressões pigmentares, duas qualidades de papéis são recomendadas: os que se imprimem com imagem visível, à luz do dia, e aqueles cuja emulsão, como a das chapas, só mostram a imagem sob a ação de reveladores. (...) Mas, como saber se o que convém é um papel autovirador, gaslight ou um brometo rápido? Em todos os três gêneros há sempre uma enorme variedade (...) e cada uma dessas é posta em papéis brancos ou cremes, lisos ou rugosos, mates ou brilhantes (...) em fotografia documentária em que todas as minúcias devem ser apresentadas e nos formatos inferiores a 9 x 12, os papéis brilhantes e lisos são vantajosos. Mas é insuportável uma prova 18 x 24 cuja superfície reluzente espalha luz e não deixa ver bem a imagem. (...) Assim o principal critério a adotar na escolha do papel é fornecido pela quantidade do clichê”.

⁶⁶

Além das variedades técnicas existiam também a variação de marcas, pois todas as marcas que produziam filmes e chapas, também produziam papéis. No mercado carioca destacavam-se, até a década de 1940, as seguintes marcas: Agfa, Gevaert, Kodak, Mimosa, Satrap, Schleussner, Zeis Ikon, Illingworth, Kraff e Steudel e Wellington.

Nos anos quarenta, antes da reforma monetária, o preço dos filmes fotográficos variavam de rs. 4\$600, o mais barato e rs. 6\$200, o mais caro⁶⁷, o equivalente a seis entradas num bom cinema da Cinelândia.

⁶⁵ Idem.

⁶⁶ Photograma, Dezembro, 1927, Ano II, nº 17, p. 4.

Principais tipos e marcas de papéis, filmes e chapas encontrados no mercado carioca de fotografia
(1920-1950)

O FILM COMPLETO

EQUILIBRIO

Uma só qualidade não é suficiente. A escolha ideal é a que contém todas as virtudes: latitude, rapidez, conservação e qualidade extraordinária.



Tudo isto para os técnicos de KODAK, em uma coisa fácil, conservar suas câmeras sem estas propriedades em detrimento das suas.

A escolha KODAK é o produto do laboratório fotografico mais perfeito do mundo inteiro; representa a combinação ideal e o equilíbrio perfeito, por isso, o film KODAK é a preferência em qualquer parte do Universo.

**O primeiro film foi e ainda é
O FILM KODAK**

O FILM DE CONFIANÇA NA CAIXA AMARELLA

Imagem 32 – Photograma, Abril, 1927, nº 9.



Pellicula Kodak de Rol



Pellicula Kodak de Potes



Pellicula Central Kodak

Pellicula Kodak

Uma boa pellicula compensa parcialmente a deficiência da luz. A Pellicula Kodak, pela sua grande velocidade, adapta-se ás condições desfavoráveis da luz, e a sua ampla margem de sensibilidade augmenta o numero de exposições correctas: por isso é que os photographos a preferem.

Para aproveitar todas as oportunidades que offerece uma camera, use-se a Pellicula Kodak, a pellicula infalível da caixa amarella.

Se não é Eastman, não é Pellicula Kodak

Kodak Brasileira, Ltd., Rua São Pedro, 298, Rio de Janeiro

Imagem 33 - Photograma, Dezembro, 1927, nº 17.

Garantimos
tudo e qualquer material
**Chapas-
Rollfilms-
Filmpacks**

artigos chimicos,
fornecidos pelos nossos revendedores.
Semanalmente recebemos emulsões novas,
Já experimentaram as
Chapas Ulcroma?
muito rapidas e sensíveis ás cores
(Orthocromaticas)



Os **ROLLFILMS** e
FILMPACKS

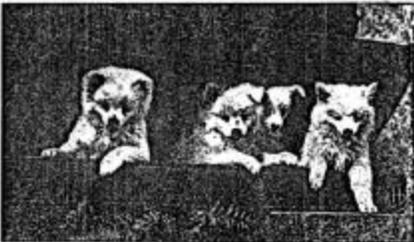


são preferidas por todo o amator
pela incomparavel suavidade,
sensibilidade e grande contraste.

EXPERIMENTEM E NÃO USARÃO OUTROS

UNICOS DISTRIBUIDORES NO BRASIL:
W. KEETMAN & Cia. - CAIXA POSTAL 1978
Ead. Tel. IMEX - AV. RIO BRANCO - 151/153
RIO DE JANEIRO

Imagem 34 – Photograma, Novembro, 1930, nº 37.



Chão de E. Henrique M. Augusto Braga.

ORTHO-BROM
"GEVAERT"

foi expregado na *Exposição de photographia*

TANTO  *Prozas Directas*
Amplidas e
Bronoil

pelos amadores e photographos
que o consideram um papel

INSUPERAVEL

Imagem 35 – Photograma, Abril, 1928, nº 21.

⁶⁷ Revista Kodak, Jul. /Ago., 1940, Ano IX, nº 2, p. 4.

Mimosa

ALTA QUALIDADE-MAXIMO EFEITO

Mimosa

EXTREMA-ORTHO
 1300 H & D ao ar livre 2600 H & D á luz artificial
 Novas perspectivas abrem-se aos photographos por esta maravilhosa chapa MIMOSA.
 Primeiro: Experimentem!
 Depois: Fallem e confirmem!

De fama mundial são os optimos productos

Mimosa

CHAPAS: Extra-Rapida. ULTRA-PORTRAIT. EXTREMA-ORTHO. DIAPOSITIVA e PHOTOTECHNICA.
FILMS: Rollfilms. Film packs. DIAFILMS.
PAPEIS: Aurotyp. BROMOSA. Orthotyp. Radiotyp. Sunotyp. VELOTYP. Velotyp-Carbon. Carbon-Braun. VELOTYP-RASTER. Bromoleo. Aktograph.

DISTRIBUIDORES GERAES:
HERM. STUBBE & C.ia L.tda
 Cxa. Postal 184-R. General Camara, 106-Rio de Janeiro

Mimosa

Imagem 36 – Photograma, Dezembro, 1930, nº 38.

Dous modos de obter negativos distintos é usar **A PLACA ANTI-SCREEN** e o **ROLL-FILM**

Wellington

Agentes no Rio de Janeiro — BASTOS DIAS & CIA.
 208, RUA SETE DE SETEMBRO, 208

Imagem 37 – Photograma, Junho, 1927, nº 11.

Apresentamos aos Srs. amadores os

ILLINGWORTH'S

FILMS, CHAPAS E PAPEIS

OS PRODUCTOS DA FABRICA INGLEZA ILLINGWORTH SAO MUITO SOBERAMENTE CONHECIDOS NO ESTRANGEIRO, SO PORAM POSTOS A VENDA NO BRASIL, DEPOIS DE TER SIDO COMPROVADA A SUA ESTABILIDADE SOB NOSSAS CONDIÇÕES CLIMATICAS.

ROLL FILM ILLINGWORTH 350 H & D
 A VENDA EM TODOS OS TERRANIOS COMUMES ORTHOCROMATICO. ANTI-HALO. MECANICAMENTE PERFEITO.
"O FILM RAPIDO NA CAIXINHA AZUL VIVA"

PAPEL SLOGAS
 PAPEL PARA USO COM A LUZ ELECTRICA. NÃO MANCHA. NÃO VELA. RAPIDO. MANTEM EM USO CONSTANTE DE CONEXÃO DE UMA BATERIA ANTOXIDANTE UNIFORME. OPERA EM UMA LATITUDE EXTRAORDINARIA.

PAPEL SLOLONE
 PAPEL PARA USO COM A LUZ DIURNA. ORTOCRÔMICO. PARA TOPO. BASTA USAR O SUPLENTO DE USO COMUM. SUPERFICIE BRILHANTE, MATTE OU SETIN.

CHAPAS ILLINGWORTH
 OPTICA INGLEZA — Rua do Ouvidor, 121 — Rio de Janeiro

Imagem 38 – Photograma, Julho, 1926, nº 1.

OSCAR HENN
 Rua Theophile
 Ottoul, N. 154

Gevaert

ROLL-FILM

Imagem 39 – Photograma, Novembro, 1928, nº 28.

PLAQUES GEVAERT PLATEN

Emprega V. S. as chapas
Gevaert?

Em caso affirmativo,
devéis conhecer suas
optimas qualidades.

EXTRA-RAPIDA (etiqueta vermelha) 250 HD — Para trabalhos ao ar livre. Máximo de detalhe.
ULTRA-RAPIDA (etiqueta verde) 400 HD — Cada metro tem; muito exposto nos archivos.
SENSIBA SPECIAL (etiqueta azul) 700 HD — A mais rapida conhecida até agora.
ORTHOCHROMATICA — 400 HD — Muito sensível de cores.
PROCESS — 36 HD — Lista para reproduções.
DIAPPOSITIVAS — Em tons pretos e quentes.

Peçam informações das nossas novas chapas: "SENSIBA MATE"
Representante-Depositario: OSCAR MUNIN
RIO DE JANEIRO BUENOS AIRES MONTEVIDEO 104, RUA THEOPHILO OTTONI RIO DE JANEIRO

Imagem 40 – Photograma, Julho, 1926, nº 1.

Nunca Insucesso
com os infalliveis
SIDI
para luz artificial
e
CELLOFIX
de autoviragem
ELEFANT
Banho para viragem imediata
de sepiá

Kraft & Steudel fabrica de papeis photographicos 6 m.H. Dresden A 21

ORIONWERK

A MACHINA
ORION
DE
TODOS
OS TYPOS

Para chapas, film path e rollfilm. Especialmente construido para o clima tropical

Firma Stubbe & Cia. Ltda
Rio de Janeiro

Rua Jo Pedro, 187 - Telephone N. 3630 - Caixa Postal, 184

Imagem 41 – Photograma, Abril, 1928, nº 21.

C) Outros recursos: revelação, ampliação e iluminação

Um laboratório é um centro de culinária aplicado à fotografia. Aí se misturam ingredientes para preparar o prato principal: a imagem fotográfica. Nos primeiros tempos da história da fotografia esta idéia era ainda mais exata, pois para preparar as placas de colódio úmido se usava clara de ovo.

Basicamente o trabalho de laboratório com o material exposto à luz – chapas ou filmes – se divide em duas etapas: revelação e ampliação. Este, pouca modificação sofreu, desde o início do século, pois, durante o processo de revelação, a química que faz surgir a imagem, pela redução dos sais de prata, é substancialmente igual. Da mesma forma, o processo de fixação da imagem se utiliza o hipossulfito de sódio desde a descoberta das placas secas.

Na década de 1920, a química de laboratório já era produzida industrialmente; as primeiras companhias a investirem neste campo foram as alemãs, Agfa e Hauff. Todavia, os que se autodenominavam de verdadeiros fotógrafos faziam questão de controlar todo o processo de criação da imagem, inclusive a preparação dos banhos. Somente os amadores principiantes é que abriam exceção ao uso de produtos industrializados, pois *“naturalmente um principiante não quer se preocupar com a manipulação de drogas que constituem a solução do revelador e procuram preparados industrializados que sirvam tanto para chapas como para películas e papéis”*.⁶⁸

A maioria das casas de material fotográfico oferecia serviços de revelação e ampliação, ao batalhão de fotógrafos amadores, ávidos pôr registrar tudo o que via, mas sem nenhuma preparação para atuar no resto do processo. Os meros batedores de chapa, como era denominado este grupo de fotógrafos amadores, via justamente, na escolha da química correta a ser usada, o seu problema principal, como fica exposto no seguinte diálogo:

- Você tem coragem de nos dizer que vai mandar revelar seus instantâneos! Pôr que não os revela você mesmo?
- O que me amedronta não é revelar, nem fixar, é preparar os banhos: eu não entendo nada de química.
- Nem precisa, basta ler as fórmulas.
- Não é tanto assim. Entre as dezenas, talvez centenas de fórmulas, qual é a melhor? Devo usar o velho pirogálico? O metol hidroquinone? O amidol, que dá resultados bons, tanto em chapas como em papéis? A glucina? Ou o revelador preparado industrialmente, como o Rodinal da Agfa ou o Carbonal da Hauff?
- Cada revelador tem vantagens próprias e só grande prática permite escolher com discernimento o que convém para cada caso. O recomendado é que se escolha um e o use continuamente, para conhecer-lhe os segredos “.

Segredos era o que não faltava à fotografia, o próprio processo de ver surgir do papel em branco, a imagem, já era considerado como algo entre o fenômeno físico-químico e a magia pura. A etapa da produção da cópia positiva, de início era feita pôr contato: negativo-papel. Como as chapas secas poderiam ser encontradas em tamanhos de até 24 x 30 cm, o trabalho de ampliação era desnecessário. No entanto, o problema transferia-se para o fato de ser ter que carregar pesados aparelhos para conseguir fotos boas. Daí a necessidade de se utilizar um instrumento que pudesse ampliar fotos de proporções diminutas.

⁶⁸ Photograma, Julho, 1926, Ano I, nº 4, p. 18.

A princípio os ampliadores eram somente de luz natural, posteriormente, foi adaptado ao uso de luz artificial. No mercado carioca, em 1928, já poderiam ser encontradas as duas modalidades de aparelho, cada qual apresentando vantagens e desvantagens como destaca a análise realizada pela revista *Photograma*:

“(...) o aparelho à luz diurna tem a vantagem de permitir o uso de clichês contrastados, como os preparados para a impressão direta em papel carvão ou citrato. Entretanto, tem grandes inconvenientes. (...) Avulta entre eles a incerteza na obtenção de duas ampliações iguais, pela incerteza de se conseguir duas exposições iguais, porque a luz do dia de instante a instante pode variar. (...)”

Os aparelhos de ampliação com luz artificial dividem-se em dois tipos: automáticos e de lanterna. Os primeiros são geralmente escolhidos pelos que reduzem ao mínimo o trabalho. Com efeito, um revelador automático evita o incômodo da focalização. E como a maior parte dos modelos são verticais, também exige menor espaço no laboratório (...) mas aprisionam o fotógrafo limitando o tamanho da ampliação, pois só ampliam em proporção fixada pelo fabricante. (...)”

Servindo-se da lanterna de ampliação, o fotógrafo age livremente (...) a luz artificial adotada na lanterna pode ser de diferentes origens: gás, acetileno, petróleo, álcool ou eletricidade. Sempre que for possível, será esta a preferida, pelas mesmas razões que a torna vencedora das outras em todas as aplicações usuais”.⁷⁰

Em 1940 a Kodak lançaria uma linha completa de ampliadores de vários tamanhos, preços e aplicabilidade: ampliador Kodak de precisão, ampliador de projeção, ampliador Eastman Kodak de foco automático com redutor e ampliador automático Kodak.⁷¹

A iluminação em fotografia sofreu algumas modificações até chegar a de tipo “*flash*”. Desde a década de 1860, experiências com o magnésio foram realizadas e até 1925, com a introdução da lâmpada flash, foi esta a principal fonte de luz para a fotografia antiga. O relato de Guilherme Glück confirma estes dados para o Brasil: “*a primeira coisa que surgiu, para tirar de noite fotografia, era um tipo de arame, um cubinho para segurar e acendia a ponta do arame que ia queimando. Depois surgiu o magnésio que, na guerra de quatorze, foi proibido pôr ser considerado material de guerra*”.⁷²

A partir da década de 1930, novas fontes luminosas foram sendo fabricadas pelas grandes indústrias internacionais. No mercado fotográfico do Rio de Janeiro, nesta época, existia: a lâmpada Satrap – “*uma lâmpada elétrica com projetor para retratos à luz artificial*”⁷³ – ; a luz de raio Hauff-Leonar – “*Vacu Blitz: sem fogo, sem fumo, sem cheiro e*

⁶⁹ Photograma, Dezembro, 1926, Ano I, nº 6, p. 9.

⁷⁰ Photograma, Dezembro, 1928, Ano III, nº 29, p. 11.

⁷¹ Revista Kodak, Mar./Abr., 1941, Ano IX, nº 6, p. 11.

⁷² Relato de G. Glück, p. 49.

⁷³ Photograma, Agosto, 1927, Ano I, nº 13, p. 11.

sem barulho”⁷⁴; e a Osram-Nitrapot – “primeira lâmpada incandescente destinada expressamente à produção de fotografias, consumindo 500 w., produz ela um fluxo luminoso de 12.000 lumens”.⁷⁵

Na década de 1940 surgem as primeiras lâmpadas “photoflash” que eram acopladas à máquina e funcionavam pôr baterias.⁷⁶ Depois da Segunda Guerra Mundial, a maioria das câmeras era fabricada com sincronizador de flash.

HAUFF-LEONAR S. A.
A LUZ DE RAIOS HAUFF

VACU  **BLITZ**

SEM FOGO, SEM FUMO, SEM CHEIRO, SEM BARULHO

A LAMPADA QUE SUBSTITUE A LUZ MAGNEZIA:
para tirar photographias instantaneas á luz artificial. O clarão é produzido inteiramente dentro de uma lampada electrica, apresentando assim as maiores vantagens sobre o magnézio em pó.

A luz é suave e agradável evitando as caras espantadas. Leva apenas um vigésimo quinto de segundo para se produzir. Ella é completamente isenta de perigo. Torna possível tirar photographias em lugares onde até agora tem sido absolutamente impossível de fazer, taes como, em trens, aeroplanos e debaixo d'agua. Para os banquetes, casamentos, theatros etc., ella é a luz para instantaneos, de preferéncia, pois opera sem fumaça e sem cheiro.

MODO DE USAR
O ACCENDER: (A) Atarracha-se á uma lâmpada de mão com pilha secca verificando-se antes que a corrente esteja interrompida.
(B) Com uma tomada de resistencia ligada á qualquer corrente usual.

OBSERVAÇÃO: Para cada vez é necessario usar uma lampada. A lampada dá melhores resultados quando é usada com um reflector Hauff Vacu Blitz.

JA SE ENCONTRAM A VENDA EM TODAS AS GRANDES FIRMAS REVENDEIDORAS

UNICOS DISTRIBUIDORES NO BRASIL:
W. KEETMAN & Cia.

CAIXA POSTAL 1978
AVENIDA RIO BRANCO, 151/155

End. Tel. IMEX
RIO DE JANEIRO

Imagem 42 – Photograma, Abril, 1931, nº 42.

⁷⁴ Photograma, Abril, 1931, Ano IV, nº 42, p. de anúncio.

⁷⁵ Photograma, Novembro, 1931, Ano V, nº 44, p. 10.

⁷⁶ Revista Kodak, Mar./Abr., 1941, Ano IX, nº 6, p. 6.

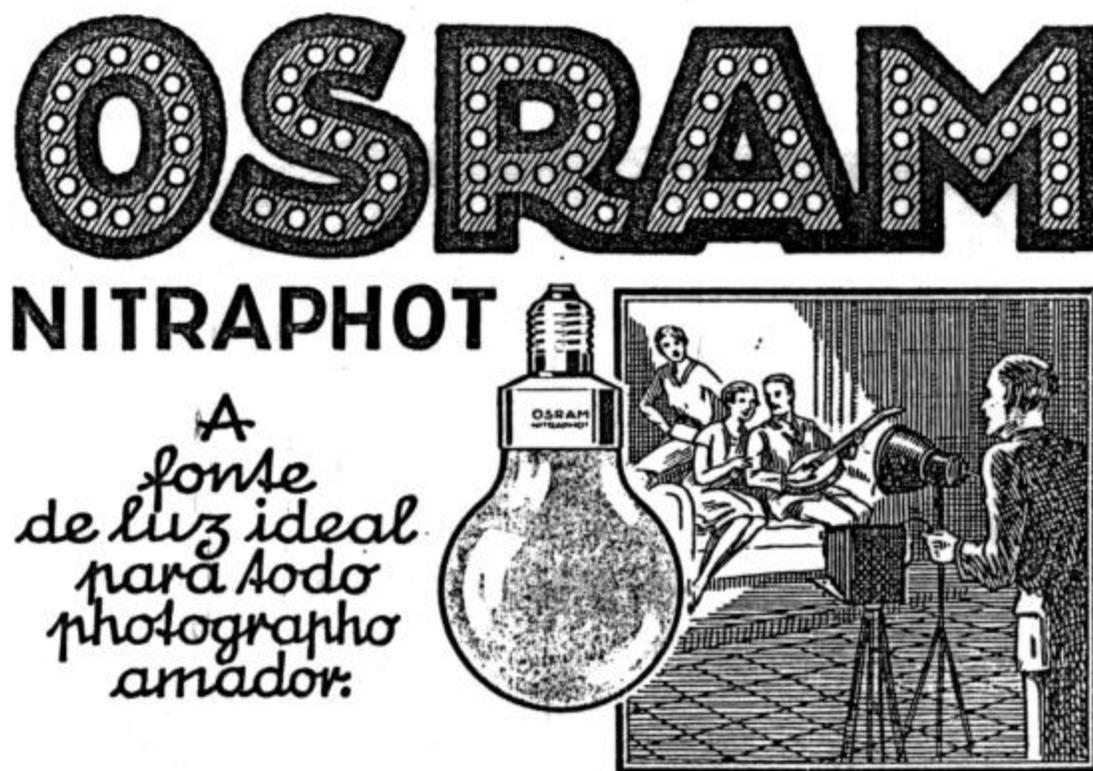


Imagem 43 – Photograma, Julho, 1930, nº 33.

D) Técnicas fotomecânicas de impressão

A criação e o crescimento das revistas ilustradas, no panorama mundial, foi quase contemporânea ao da fotografia. A primeira revista semanal que deu preferência à ilustração foi “*The Illustrated London News*”, fundada em 1842, e, como o próprio nome indica, repleta de ilustrações. Tal tendência foi difundida para o restante da Europa e Américas. A princípio, estas publicações ilustradas, se limitavam ao desenho, utilizando-se para a impressão da gravação em madeira. Processo que permita a composição de desenho com os tipos das letras – assim o texto vinha sempre acompanhado de sua ilustração.⁷⁷

Pouco a pouco, os semanários começaram a reconhecer “*a importância da câmera como meio de ilustração*”, pôr ser mais eficiente que os esquemas artísticos, na opinião de

⁷⁷ Newhall, op. cit., p. 250.

um editor da época.⁷⁸ É verdade que, as gravações e litogravuras baseadas em fotografias haviam enriquecido as revistas desde a metade do século XIX. Todavia, a partir do desenvolvimento e difusão do processo de produção de fotogravuras, nos anos noventa do século passado, a fotografia não teria mais de ser redesenhada pôr um artista para ser utilizada em revistas ou jornais.

Contudo, a fotografia teve pouco impacto no primeiro momento em que foi impressa. A razão disso pode ser atribuída, primeiro a deficiência das técnicas de impressão, tais como: a fotogravura, a fotolitogravura e o calotipo. Tais técnicas não permitiam a impressão da foto junto com os tipos para a composição do texto escrito. E segundo, a resistência dos padrões estéticos existentes em relação ao conceito de ilustração que, associava o desenho ao trabalho do artista e considerava a fotografia como mera reprodução da natureza.

Com efeito, foi a invenção do “*halftone plate*” ou chapas de meios-tons, na década de 1880, que ampliou o uso das fotografias em livros, revistas e jornais. Basicamente este processo convertia a fotografia numa série de pontos sobre tela; tais pontos variavam de tamanho de acordo com os tons originais da fotografia. Depois a tela era passada para o metal que sofria uma série de processos químicos até chegar à chapa de impressão, que pode ser colocada na prensa, junto com os tipos das letras, pois tal como um carimbo possui altos e baixos relevos que acompanham os meios-tons da foto e os tipos do texto escrito. Mais tarde a rotogravura intensificaria, ainda mais, o processo de reprodução da imagem em jornais e revistas, passando a chapa de meios-tons para o cilindro.⁷⁹

No Rio de Janeiro, como já foi apontado, no item 2.3 deste capítulo, as artes gráficas, no final do século XIX, já era uma atividade desenvolvida em uma série de modalidades pelas “*Oficinas Laemmert*”.

Entretanto, as publicações ilustradas com fotografias só surgiram no início do século XX. A princípio, somente com fotogravuras, e, posteriormente em 1907, com a introdução do “*halftone plate*”, também com fotografias impressas entre o texto. A mudança no padrão fotográfico das publicações ilustradas só viria a mudar em 1930, com a utilização, pela revista *O Cruzeiro*, da rotogravura.

⁷⁸ Roseblum, N., op. cit., p. 460.

⁷⁹ Newhall, B., op. cit., pp. 250-252.

E) Esclarecimentos importantes

As fotografias analisadas neste trabalho, que compõem o terceiro e quarto capítulo, são de natureza bastante diferente, tanto pelas agências que as produziram, como pelos recursos técnicos utilizados.

As fotografias da coleção familiar que puderam ter o fotógrafo identificado, foram tiradas com uma Agfa Standard, anastigmática, f.63/13cm para as fotografias pequenas e médias. O papel é Agfa, e, quando o formato é postal, os cartões são na maioria da marca Wessel.

As fotografias das revistas ilustradas são produzidas pôr uma grande variedade de aparelhos, tornando-se impossível a identificação precisa.

CAPÍTULO III

FOTOS/CARTÕES, EMOÇÕES/RECORDAÇÕES: FOTOGRAFIA FAMILIAR, UM EXEMPLO.

3.1 – ALÉM-MAR

“A memória, distinguindo-se do hábito, representa uma difícil invenção, a conquista progressiva pelo homem do seu passado individual, como a história constitui para o grupo social a conquista do seu passado coletivo”.

(J. P. Vernant)

Além-mar, a terra da esperança. Milhares de imigrantes chegavam ao Brasil em busca da realização do “sonho americano”. Calcula-se cerca de 1.129.315 imigrantes entre os anos de 1881-1900, e desse conjunto 26.000 ¹ eram árabes libaneses. Um contingente enorme que redescobre o Brasil, modifica sua feição, reestrutura seus hábitos e cria novos códigos de comportamento.

Cada imigrante uma história; cada história uma trama que compõe a rede de uma história coletiva. Histórias individuais que, cruzando caminhos, criam memórias. Não se quer dizer com isso que a história de uma coletividade seja o somatório de histórias individuais; afirma-se sim que a parte interage com o todo e que esses indivíduos, que buscaram a realização na América, possuem em suas histórias vivências cotidianas, representações comuns, que persistem e que compõem o quadro mental de uma época.

No Brasil, o contingente de imigrantes sempre foi expressivo; entretanto, na virada do século, esse contingente se soma a uma série de transformações sociais que formulavam novos programas sociais de comportamento, os quais foram estruturados nos anos subseqüentes.

Uma nova forma de produzir riqueza, aliada a uma vontade nova de realizar sonhos e anseios, fornece o tom da época, um tom talvez sépia, de contornos marcados, ou um tom cinza de contornos mal traçadas.

¹ *Nosso Século* (1900-1910), São Paulo, Ed. Abril, 1981, Cap. I.

A imagem que é produzida pelo novo agente social sobre esse novo espaço de vida também compõe o quadro de representações mentais do período, que indica aspectos do cotidiano, conquistas efetivamente realizadas ou expectativas que permanecem.

Grande parte do contingente imigrante ia para as fazendas de café, principalmente espanhóis e italianos; árabes libaneses ou “turcos”, como eram chamados, dedicavam-se mais ao comércio ambulante, os famosos mascates, que posteriormente assentavam negócio, criando vendas espalhadas pelo interior, localizadas geralmente perto das fazendas.

Elias Gabriel, árabe libanês, engrossou o contingente de turcos que chegaram ao Brasil em 1892. Casado com somente um filho, deixa a mulher no Líbano e vem tentar a sorte no Brasil.

Chega ao Rio, amparado pela madrinha de sua mulher, a senhora Nagib Ahili; levanta dinheiro, compra mercadorias e vende pelo estado.

Volta para o Líbano dois anos depois e repete o ir e vir por mais duas vezes. Na terceira vez, sua mulher Said Gabriel, já com três filhos, arruma a mala e vem com o marido para o Brasil.

No Rio, em casa de sua madrinha no centro da cidade, o destino é traçado como foi de tantos outros libaneses encaminhados por Nagib Ahili para os mais diversos lugares do Brasil. A família Gabriel segue para a Providência, cidadezinha no interior de Minas Gerais que abrigavam uma pequena colônia de libaneses. Todos dedicados ao comércio de vendas. Lojas que ofereciam desde a alimentação até vestuário, móveis e serviço “Photográfico”.

Em Providência nasceram mais filhos. A família crescia; crescia também o filho mais velho: Abraão Gabriel. Este, aos 15 anos, tornar-se independente de seu pai e abre uma venda em São Luiz, povoado distante de Providência cinco quilômetros. Abre negócio em sociedade com Jorge Mauad, um libanês comerciante já ligado à família Gabriel por laços de compadrio. Batizou três dos sete filhos de Elias. Com Jorge, Abraão cresceu, vendendo, armando negócios, dando um novo sentido à trajetória da família.

O rapaz empreendedor rapta a prima-irmã e, juntamente com padrinhos escolhidos, sobem a Serra de Petrópolis e se casam. Com o mesmo ímpeto, levanta dinheiro com banqueiros no Rio, monta um negócio de beneficiar arroz e vai para São Paulo colocar a mercadoria na praça.

De terno de linho branco, cravo vermelho, sapato bicolor e uma gorjeta de mil réis para o carregador de malas compra o título de magnata e a facilidade de crédito.

Mais tarde Abraão troca o arroz pelo café. Foi ele quem introduziu o automóvel em Providência. A sociedade acaba, a família Mauad perde seu chefe e a família Gabriel muda de nome. Gabriel, tradução brasileira de Gibram, é nome próprio, e dois nomes próprios não se aceitam na escola. Jorge, o único filho de Elias que se tornou doutor, obriga toda a família a mudar de nome. Gibram acabou tornando-se Jabour. Aviso na praça: Abraão agora é Jabour.

Abraão Jabour, o chefe da família, cujo negócio é o café, enriquece com habilidade. Abre um escritório no Rio e passa a viver seis meses em Providência e seis meses nesta cidade. Copacabana é o bairro escolhido. Com ele vem sempre Mariana, a irmã – filha que nasceu oito meses após seu casamento. A riqueza é diversificada – café e ações. Joga na Bolsa de Nova York e sobrevive ao “crack” de 1929, graças ao sorriso que Santa Terezinha deu a sua mulher. Ela, no auge do desespero do marido, carrega as duas irmãs mais novas dele, e, na Igreja de Santa Terezinha, reza compulsivamente até sossegar com o sinal emitido pela santa: o sorriso anuncia a vitória.

A riqueza é mantida e sobrevive até os revezes políticos. Na crise de 1930, Providência comemorou a vitória da “revolução” com baile para os tenentes do Recreio, realizado pela família Jabour, apesar de Abraão e João serem partidários de Washington Luiz. Coisas de Mariana e duas outras irmãs, todas “revolucionárias”. Política com sabor de festa e cor de alegria. Mariana casa-se em 1932 com João Jorge Mauad, filho mais de Jorge Mauad, antigo sócio de Abraão. Nesta época, ele já morava definitivamente no Rio e acabara de comprar uma grande casa na Rua Aires Saldanha, sempre no Posto Cinco, onde costumava nadar e tomar banho de sol, em grandes tendas montadas na areia. A riqueza torna-se permanente, pois toda a família trabalha para mantê-la, desde o armazém em Providência, passando pelo escritório no Rio, chegando até aos contatos no exterior, todos os lugares eram controlados por integrantes da família ou pessoas ligados por laços de afeto.

Todos vivem a vida de família, instituição globalizante que orienta o trabalho e o lazer: férias em Poços de Caldas ou Araxá, estréia de peças teatrais e sorvete na Americana ou na Brasileira, compras na Rua Gonçalves Dias ou na Rua do Ouvidor, passeio de barco

em Sepetiba ou na Pedra de Guaratiba e o curso carnavalesco que atravessava a Avenida Rio Branco, saindo da Praça Mauá e chegando no Obelisco. A conquista do espaço da cidade pelo imigrante enriquecido.

A cidade vai aos poucos sendo conquistada pela família: Abraão, Copacabana e depois a Urca. Mariana, Campo Grande, Vila Isabel e, por fim, Jardim Botânico. João, o Leblon. Miguel também a Urca. Carminha tornar-se Irmã Zoé, e Joana – a irmã – continuou sempre vivendo ao lado de Abraão.

Cinquenta anos de história contados através de imagens – memórias fixadas no tempo pelo olhar fotográfico. Contudo, entre aquele que olha e a imagem que elabora, há mais do que os olhos podem ver ou uma entrevista reavivar. A utilização da fotografia como fonte histórica exige alguns cuidados metodológicos, que não foram preocupação desse texto introdutório o qual, na verdade, se coloca como pretexto (ou pré-texto) para a análise.²

3.2 – NATUREZA DO MATERIAL E ORGANIZAÇÃO DA ANÁLISE

“A estrutura íntima da vida aparece ao nosso entendimento como um eterno problema a resolver... Viver é acumular intuições e noções, que vão formar um cabedal pessoal e intransferível, e de alguma forma decifra o magno problema, pois só o lento envolver na vida nos fornece a verdadeira percepção dela mesma e a sua representação cuja passagem a outrem é impossível”.

(Lima Barreto – Diário Íntimo)

Contrariando o poeta, o presente Capítulo se propõe recuperar espaços de vivência, representações e memórias, contidas em uma coleção de fotografias. Lembranças pertencentes a uma família, que transmitem a percepção e a representação de toda uma história, de toda uma vida.

Nesse processo somos envolvidos pela tentação de resolver o eterno problema: a compreensão desta vida. Apesar de avisados pelo poeta da impossibilidade de se chegar à

² As informações contidas neste texto foram retiradas de várias entrevistas realizadas com a Sra. Mariana Jabour Mauad, dona da coleção, ao longo dos anos de 1988, 1989 e 1990.

verdadeira percepção da vida de outrem, teimosos, buscamos aproximações, abrindo caminhos de entendimento e, assim, invadindo suas memórias e vivências.

Para proceder a tal invasão, o primeiro passo foi a organização do material. A coleção de fotografias pertencentes à Mariana Jabour Mauad encontrava-se em estado precário de organização: soltas e guardadas em uma caixa. Procurou-se localizá-las e datá-las, com o auxílio da dona da coleção.

Feito isso, dividiu-se a coleção por década e a organizou-se em álbum. Esta coleção é formada por 513 fotos, com algumas repetidas, que não foram computadas. Deste conjunto, 225 fotos são de profissionais e 288 de amadores, geralmente o marido de D. Mariana que, além de fotografar, também revelava. Do conjunto de fotos amadoras, 154 foram tiradas e reveladas por ele; o restante, infelizmente, não se pôde reconhecer o autor.

Foram consideradas fotos feitas por profissionais àqueles que possuíam identificação do laboratório ou do fotógrafo, as que acompanharam um padrão de revelação profissional dado, principalmente, pela opção de foto tipo postal ou das fotos 3 x 4 e, por fim, as fotos dos anos 50 que, quando não possuíam a identificação do fotógrafo, foram indicadas pela dona da coleção como sendo feitas por profissionais.

Das 513 fotos, foram organizadas duas séries: série A, com 472 fotos, e a série B, com 41 fotos com encarte.

O segundo passo foi a avaliação dessas duas séries a partir de dois modelos de ficha (Anexo I), que visaram a decomposição da fotografia em itens (compreendidos como unidades culturais) e que serviram de bases para a composição da análise. Feito isso, procedeu-se a quantificação desses itens organizando-se listagens por período, delimitados tanto por mudanças de ambiente ao longo da trajetória familiar, como pelo nascimento dos filhos e pelo próprio enriquecimento familiar; concomitantemente, tais mudanças os seguintes períodos:

- 1900-1929.
- 1930-1939.
- 1940-1949.
- 1950-1959.

Dessas listagens foram compostos quadros comparativos, a partir dos quais se inicia a análise, segundo o eixo de análise apresentado na Introdução.

3.3 – DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE

3.3.1 – O ESPAÇO FOTOGRÁFICO

O suporte material da fotografia é um artefato, o canal através do qual a mensagem fotográfica é veiculada. Esta mensagem pauta-se em códigos convencionalizados socialmente, tanto ao nível da forma do conteúdo, como da forma da expressão. Neste último nível, determinadas opções técnicas realizadas pelo fotógrafo, em meio a uma coleção de escolhas possíveis, contribuem para a transmissão de um significado e não de outros, como afirma Emílio Garroni:

“A própria fotografia nunca é puramente casual: uma espécie de captação da realidade. Ela não requer, para ser lida, apenas um hábito psíquico, ou sua simples assunção em presença, mas apresenta-se, e é, portanto lida e interpretada em primeira instância, como uma escolha efetuada entre um conjunto de escolhas possíveis”.³

Já foi dito que a mensagem fotográfica possui uma relação de substituição para com a realidade. As opções técnicas indicam como esta substituição é feita. Nesse sentido, apontam para processos de codificação que compõem a representação do real.

Composta por signos icônicos, a mensagem fotográfica mantém uma relação de concordância com aquilo que representa, por transportar para o papel uma parte de realidade. No entanto, mantém uma relação de discordância, justamente pelo fato de que ao transportar a realidade para o papel, utiliza-se de uma série de recursos, relacionados aos códigos de composição fotográfica, que a destroem ao construir a sua representação.

A) *O Olhar do todo*

Nesta coleção familiar, o espaço fotográfico foi composto segundo determinadas escolhas: quanto ao tamanho, formato, enquadramento e nitidez, que variavam segundo o conteúdo da foto e o seu produtor. Essas unidades se combinaram em tipos diferentes de fotos. A princípio, tentar-se-á demonstrar a existência de um padrão geral desse espaço fotográfico, tanto para a coleção como um todo, como por período.

³ Garroni, Emílio, “Projeto de Semiótica”, Lisboa, Edições 70, 1980, p. 142.

Tamanho e Formato – Em relação ao tamanho da foto, a coleção apresentou para a série A um total de 294 fotos pequenas (cerca de 12 x 7,5 cm), com 140 fotos médias (8 x 15 cm) e 39 fotos grandes (22 x 16 cm). Na série B, nenhuma pequena, 3 médias e 38 fotos grandes. A maioria, portanto, é de fotos pequenas, fáceis de serem guardadas em caixas ou organizadas em álbuns.

Dessas 294 fotos pequenas, 4 são de formato quadrado e o restante retangular; das 140 médias, 4 são de formato oval, 84 de formato retangular postal e 52 de formato retangular simples. As fotos grandes todas possuem formato retangular. O modelo retangular e pequeno era mais acessível ao fotógrafo amador que, com menos recursos técnicos, utilizava-se das câmeras de fole, tipo Kodak A 1, para realizar suas fotos. As fotos médias com formato retangular postal e as fotos grandes eram feitas exclusivamente por profissionais que possuíam mais recursos para a ampliação e eram contratados para ocasiões especiais.⁴

Na série B, somente duas fotos médias são ovais; o restante, médio e grande, possui um formato retangular. A série B caracteriza-se por fotografias com suporte que varia de um simples papel cartão a encartes adornados com relevos e protegidos por papel vegetal com estamperia também em relevo. Nesse conjunto, cerca de 54% das fotos possuem suporte com encarte de papel cartão com desenho em relevo na capa.

As fotos dessa série possuem uma natureza especial. Protegidas por uma capa exclusiva, distinta das outras por sua decoração fina e delicada e feita exclusivamente por profissionais, a fotografia com encarte existe para guardar o traço individual da distinção de um momento único e especial.

Enquadramento – O item enquadramento, devido a suas inúmeras variáveis, foi dividido em quatro subitens: sentido, direção, distribuição dos planos e arranjo/equilíbrio.

No que diz respeito à correlação sentido/direção montou-se a seguinte tabela:

⁴ Tal distinção é pertinente para fotos familiares; entretanto, não pode ser generalizada para o conjunto dos fotógrafos amadores.

1900 - 1959 = Totais						
	Direita		Esquerda		Centro	
	A	B	A	B	A	B
Horizontal	36	2	31	2	76	10
Vertical	70	5	70	3	189	19
1900 - 1929						
	A	B	A	B	A	B
Horizontal	2	1	---	1	4	6
Vertical	11	---	12	2	16	5
1930 - 1939						
	A	B	A	B	A	B
Horizontal	19	---	30	---	40	---
Vertical	40	3	45	---	119	2
1940 - 1949						
	A	B	A	B	A	B
Horizontal	12	1	8	---	19	---
Vertical	15	---	7	---	36	4
1950 - 1959						
	A	B	A	B	A	B
Horizontal	4	---	2	1	12	4
Vertical	4	2	6	1	19	8

Quais as diferenças de significados entre estas representações? Representar é relacionar um significado explícito a uma cadeia de significados subjacentes. Neste jogo de inter-relações, obtém-se as seguintes seqüências-chaves:

- *Horizontal*: chato, uniforme, nivelado, igual, monótono ligado às idéias de estabilidade, manutenção e permanência.
- *Vertical*: ereto, tenso, esticado, a pique, ligado às idéias de movimento, ascensão e hierarquização.
- *Direita*: justa, reta, correta, ligada às idéias de ordenação e aceitação.
- *Esquerda*: impreciso, incorreto, desajustado e torto, ligado às idéias de desordem, desarmonia e desagregação.
- *Centro*: meio, foco, alma, núcleo, eixo ligado às idéias de concentração, união, harmonia e confluência.⁵

⁵ Inter-relações semelhantes aparecem em revistas de fotografia que desenvolvem estudos sobre composição fotográfica. *Revista Photocamera*, São Paulo, Ano I, nº 8, 1980. Ver também: Ostrower, Fayga. "A Construção do Olhar". In: *O Olhar. Vários Fatores*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989, p. 175-177. Eco,

Embora utilizando significados que fogem ao vocabulário fotográfico, a própria análise confirmou a presença de tais seqüências de significados, ou como Roland Barthes chamaria: sintagmas.⁶

Relacionado a tais significados o espaço fotográfico, desta coleção, pode ser interpretado como um espaço de movimento, subida no sentido da confluência e da união, já que 68% das fotos encontram-se em sentido vertical e 58% na direção central. As especificidades temporais serão apontadas mais adiante, pois o enquadramento muda entre os vários períodos da coleção.

Na maior parte, cerca de 85% das fotos do conjunto da coleção possuem dois planos distintos; os outros 15% apresentam três planos definidos e nenhuma foto possui um quarto plano distinto. Isto indica uma profundidade de campo (capacidade de se colocar o maior número de planos em foco) limitada e com isso a priorização da figura humana e seus atributos em detrimento da paisagem, como fica comprovado com a análise do objetivo central. Neste caso, 87% das fotos da série A e 95% das fotos da série B apresentam pessoas organizadas em grupos, duplas ou individualmente, como objetivo central da foto. Somente 13% das fotos da série A e 5% das fotos da série B priorizam a paisagem ou os objetivos geralmente acompanhados de pessoas.

Sendo assim, esse espaço é fundamentalmente figurado. Habitado por pessoas que participaram de alguma maneira da vida familiar. A figura humana é a figura principal.

Em termos de arranjo, o espaço fotográfico desta coleção apresenta um equilíbrio entre os planos superiores e inferiores, posto que 85% das fotos de toda a coleção não possuem concentração em nenhuma dessas partes. Além disso, o objetivo central da foto é sempre colocado em primeiro plano. Nas fotos individuais ou em dupla, as figuras foram colocadas no centro geométrico da foto; já nas fotos em grupo, existe uma variação básica, pois ou o grupo está organizado em semicírculo ou em linha reta (cortando a foto ao meio), ou em diagonal, ou ainda espalhada.

Das 184 fotos da série A, nas quais apareceram mais de três pessoas, observou-se seguinte proporção:

Umberto, "Tratado Geral de Semiótica". São Paulo, Ed. Perspectiva, 1980, p. 185. Para a escolha dos referenciais verbais foram utilizados: DICIONÁRIO DE IDÉIAS SEMELHANTES. Rio de Janeiro, Ed. Ouro. S/d, 1º Volume. Holanda, Aurélio Buarque de Ferreira. "Novo Dicionário da Língua Portuguesa", 1ª Edição, 15ª Impressão, Rio de Janeiro, Ed. Nova Fronteira, 1986.

⁶ Barthes, Roland. "Elementos de Semiologia", Lisboa, Ed. 70, s/d, Cap. II.

Descrição	Porcentagem	Vertical	Horizontal
<i>Semicírculo</i>	44%	20%	24%
<i>Linha Reta</i>	30%	11%	19%
<i>Diagonal</i>	15%	8%	7%
<i>Espalhadas</i>	11%	6%	5%
Totais		45%	55%

Série B – Oito fotos com mais de três pessoas:

Descrição	Porcentagem	Vertical	Horizontal
<i>Semicírculo</i>	62%	25%	37%
<i>Linha Reta</i>	-	-	-
<i>Diagonal</i>	26%	13%	13%
<i>Espalhadas</i>	12%	-	12%
Totais		38%	62%

A partir dessa observação, conclui-se que o arranjo em semicírculo foi priorizado, opção que evidencia uma forte tendência ao núcleo da fotografia, fato que, combinado àquela tendência na direção central, reforça as representações de coesão e união contidas nas fotos de família. Especialmente quando a fotografia é de grupo, o sentido horizontal supera o vertical, levando-se a considerar que as fotos de grupo estão associadas ainda aos significados de estabilidade, manutenção e permanência. Todos relativos à vida em família.

Há que se notar também a pouca incidência de fotos onde o grupo está espalhado (12%), evitando-se com isso os significados de desordem, heterogeneidade e mistura.

Nitidez – O último item na composição do espaço fotográfico é o item nitidez, que se compõem de três subitens: foco, impressão visual (textura) e iluminação.

No item foco, foram descobertas quatro variáveis: tudo no foco, plano central no foco, tudo fora de foco e foco desigual; esta última diz respeito às fotos cujo foco está num ponto inusitado, geralmente por erro do fotógrafo.

Descrição	SÉRIE A	SÉRIE B
Tudo no Foco	64%	83%
PC no Foco	12%	5%
Tudo Fora	14%	5%
Foco Desigual	10%	7%

A prioridade por colocar todos os planos no foco (pelo menos aqueles que o limite da profundidade de campo permita) indica a preocupação com a clareza e com a inclusão de um maior número de elementos na foto.

Entretanto, a incidência de 14% das fotos fora de foco indica a pouca habilidade do fotógrafo amador. Por outro lado, introduz a idéia de que o ato de fotografar está vinculado, nesta família, à captação dos momentos vividos, de lembranças queridas, sem a preocupação estética que um amador vinculado a um fotoclube teria.

A preocupação com a definição clara e com a resolução perfeita da foto foi reforçada pelas escolhas técnicas relativas à iluminação e à textura. Quanto a este último item, o quadro apresentado foi o seguinte:

Descrição	SÉRIE A	SÉRIE B
Linhas Bem Definidas	57%	83%
Linhas Definidas	34%	17%
Linhas Mal Definidas	9%	-

Somente 5% das fotos da série A e 22% das fotos da série B tiveram o efeito de indefinição com propósitos artísticos obtidos pelo efeito “flou” (esfumaçado nas pontas) ou pela viragem de sépia.

Em relação à iluminação, o quadro segue a mesma tendência à clareza e ao equilíbrio de tons.

Descrição	SÉRIE A	SÉRIE B
Com Sombras	36%	64%
Sem Sombras	64%	56%
Com Contraste	56%	76%
Pouco Contraste	44%	24%

Assim, ao nível das opções técnicas, no item nitidez percebe-se a construção de um espaço fotográfico bem definido, com iluminação clara e sem sombras e com contraste evidenciado. Esse tipo de foto foge da tendência pictorialista e assume um caminho mais realista. Estas opções de tipo tradicional indicam que o hábito de fotografar estava intimamente ligado ao hábito de documentar, de construir uma memória que atestasse a veracidade da história a ser contada. A busca da verdade codifica a representação, que mesmo assim continua sendo representação.

Essas considerações sobre o espaço fotográfico tomaram como ponto de partida o conjunto da coleção, um primeiro recurso utilizado para se desvendar os significados gerais, implícitos na visão do todo, do que predomina no conjunto. Cabe agora especificar a análise em torno dos períodos, procurando verificar em que medida o todo contém as partes e o quanto do todo está contido nestas.

B) O Olhar das partes

1900 / 1929: período que contém o segundo menor número de fotos da coleção na série A (45) e o segundo maior da série B (15).

O espaço fotográfico representado nas fotos deste período possui os seguintes atributos:

- *Série A*: médio, retangular postal, vertical, central, figurado, com dois planos distintos, equilibrados, todo no foco, linhas bem definidas sem sombras e com contraste.
- *Série B*: grande, retangular, com encarte em papel com relevo, horizontal, central, figurado, com dois planos distintos, equilibrados, tudo no foco, linhas bem definidas, sem sombras e com contraste.

Este padrão está representado em 34% das fotos do período na série A e na série B. As demais modificam no tamanho e no sentido, mas mantêm os outros itens.

Os significados produzidos pelo espaço fotográfico nas séries A e B possuem poucas diferenças. Ambos são espaços equilibrados, nítidos, bem definidos e com uma variação marcada de tons, sem lugar para dúvidas ou nuances, o espaço da certeza.

A disposição clara dos planos reforçada pelo contraste forte e pela falta de sombras cria um espaço hierarquizado onde cada elemento tem um lugar certo a ocupar. A presença da opção pela direção central aponta o núcleo da foto como o espaço por excelência da figura humana, reforçando, com isso, as idéias de união e confluência para o espaço vivido, não o da paisagem vazia.

As únicas diferenças entre estas duas séries estão no item tamanho e sentido, itens que, neste caso, possuem uma variação de acordo com o conteúdo da foto, sendo, portanto, precipitada qualquer conclusão que não inclua outras categorias espaciais.⁷

1930 / 1939: o período que contém o maior número da série A (283) e o segundo menor da série B (5).

Ao espaço fotográfico representado nas fotos deste período foram atribuídas as seguintes características:

- *Série A*: pequeno, vertical, retangular, central, figurado, com dois planos distintos, equilibrados, linhas definidas, sem sombras e com contraste.
- *Série B*: grande, vertical, retangular com encarte em papel cartão com relevo, figurado, voltado para a direita, equilibrado, linhas bem definidas mas com sombras e com contraste.

As fotos da série A que concentram todas essas características somam um total de 16% das fotos do período. Na série B, 20%. Cabe lembrar que a reunião de todos esses atributos em uma única foto diminui a proporção de sua incidência. Entretanto, existe uma variação em torno da maioria dos itens, fazendo com que o restante das fotos fiquem próximas a este padrão mais amplo.

Em ambas as séries, os padrões espaciais da década de 1930 expressam significados relacionados ao movimento e à ação. As diferenças surgem a partir do direcionamento dado a cada espaço. Enquanto na série A existe a convergência do interesse para o centro, para o núcleo da foto, para as idéias de união e concentração; na série B, a opção pela direita carrega significados de um espaço mais preciso, mais justo, relacionado às idéias de aceitação e ordem reforçada por um nível maior de resolução (definição das linhas) do que no espaço da série A.

⁷ Fotos nº - Série A: 2, 5, 323, 8, 325, 330, 17, 18, 20, 21, 22, 30, 32 e 35. Série B: 1b, 2b, 3b, 4b, 5b, 6b, 7b, 8b, 9b, 10b, 11b, 12b, 13b, 14b e 15b.

Quanto à nitidez, o espaço da série A apresenta-se sem sombras e com contraste, e o da série B possui sombras e contraste. Ambas opções marcam a diferença de tons, criando uma imagem sem nuances e bem nítida. Entretanto, as fotos da série B minimizaram o caráter documental e realista das fotos da série A, compondo imagens com sombras, onde o objeto central se mimetiza com o fundo. Este recurso técnico cria um clima de fantasia e de sonho. Característica que também foi encontrada em 20 fotos da série A, onde se constatou a presença do efeito “flou”, um efeito de luz que atenua o contraste da foto através de uma espécie de bruma.⁸

1940 / 1949: período que contém o segundo maior número de fotos da série A (97) e o menor número da série B (4).

Os atributos gerais do espaço fotográfico das séries neste período são:

- *Série A*: pequeno, retangular, vertical, figurado, central, com dois planos definidos, linhas bem definidas, sem sombras e com contraste.⁹
- *Série B*: grande, retangular, em encarte, com papel vegetal decorado e cartão em relevo, vertical, figurado, orientado para o centro, com dois planos definidos, linhas bem definidas, sem sombras e com contraste.¹⁰

Um espaço extremamente nítido, concentrado e bem definido. Neste período o espaço está plenamente hierarquizado através da distinção clara dos planos, representada pela escolha de uma iluminação sem sombras e com contraste.

As opções técnicas desse período aproximam-se daquelas descobertas para o conjunto da coleção, que representam as idéias de união, ascensão e de busca integral da imagem “tal como se apresentava”.

Os significados coincidem nas duas séries, a não ser pelo tamanho da foto, dado ao caráter exclusivo da série B.

Para a série A, as fotos que reúnem todos esses atributos são 12% do total, enquanto na série B esse montante sobre para 50% ou duas fotos.

1950 / 1959: período que reúne o segundo menor número de fotos na série A (47) e o maior número de fotos da série B (17).

⁸ Fotos n° - Série A: 337, 71, 72, 74, 79, 88, 89, 97, 347, 116, 117, 122, 127, 149, 151, 153, 157, 160, 161, 162, 163, 164, 166, 168, 169, 171, 187, 188, 191, 193 e 204. Série B: 19b.

⁹ Fotos n°: 206, 217, 233, 245, 369, 370, 275, 241, 247, 252 e 257.

¹⁰ Fotos n°: 22b e 25b.

As características especiais encontradas foram:

- *Série A*: grande, retangular, vertical, figurado, central, com dois planos distintos, nítidos com linhas bem definidas, sem sombras e com contraste.¹¹
- *Série B*: grande, retangular, com encarte de papel cartão com relevo, vertical, figurado, central, com dois planos distintos, sem sombras e com contraste.¹²

Neste período não há diferenças entre as séries. Percebe-se um reforço nos significados produzidos no período precedente, no que diz respeito à superfície do espaço vertical: nítida, bem definida e concentrada – aspectos que foram ampliados com o aumento de tamanho desta superfície.

Assim, os significados de ascensão, união e da tendência documental da foto estão mais uma vez presentes.

Na série A, cerca de 18% possuem todos esses atributos reunidos e, na série B, 53%.

3.3.2 – O ESPAÇO GEOGRÁFICO

Do campo para a cidade, de uma região para a outra, da casa para a rua e do estúdio para o cotidiano. A representação do espaço geográfico, através da mensagem fotográfica, possibilita a recomposição do espaço vivido pela família ao longo de mais de cinquenta anos de história.

Um itinerário de ascensão social e distanciamento de antigos espaços associados a outros valores.

Assim, o espaço geográfico assume funções sógnicas, à medida que se associa a determinados objetos e vivências. A relação com os objetos será trabalhada adiante e a relação com o tempo vivido, no último item deste capítulo, por depender da questão da figuração. Portanto, para esta parte reservou-se a reestruturação do universo geográfico do grupo, no que diz respeito às oposições:

Natural ¹³	X	Artificial
Externo	X	Interno
Rural	X	Urbano

¹¹ Fotos n°: 298, 304, 305, 306, 307, 312, 314 e 316.

¹² Fotos n°: 28b, 34b, 35b, 37b, 38b, 39b, 40b, 41b e 42b.

¹³ A palavra natural está sendo utilizada como sinônimo de espontâneo; considerando-se inclusive àqueles que já sofreram a ação humana, mas que fazem parte da vivência diária, ou seja, fora do estúdio de fotografia.

A) A oposição Natural X Artificial

Tal oposição pode ser caracterizada pela existência entre dois tipos de espaços distintos: fora do estúdio e dentro do estúdio.

O primeiro é composto por todos os lugares vivenciados pelos indivíduos nas mais diversas ocasiões, sem a intencionalidade de serem fotografados. O segundo engloba todas as fotos realizadas em estúdio, espaço privilegiado para a criação fotográfica, onde a montagem do arranjo, a escolha dos objetos e da pose é consciente e clara.

Do conjunto das fotos da série A, cerca de 15% foram feitas em estúdio e 85%, fora do estúdio. Na série B, 27,5% são de estúdio e 72,5% foram feitas fora do estúdio.

As fotos realizadas no estúdio da série A variam, fundamentalmente, entre os tamanhos médios e pequenos e ainda podem apresentar fundo liso ou pintado. Do conjunto de fotos em estúdio, 79% apresentam fundo liso, variando somente entre os tons cinza claro e cinza escuro. Os 14% restantes apresentam fundo pintado, variando o tema entre urbano, campestre e doméstico. Desta variação, o fundo com motivo campestre foi o que mais apareceu: nove fotos contra quatro de motivos urbanos e três de motivos domésticos.

Na série B, dos onze retratos de estúdio, oito possuem fundo liso e três com fundo pintado, dois com motivos campestres e uma com motivos urbanos. Nesta série todas as fotos são grandes.

Tanto as fotos com fundo liso como as com fundo pintado, em ambas as séries, podem apresentar arranjo com objetos-interiores, dependendo para isto do tipo de enquadramento ou do tamanho da foto. Geralmente, as fotos médias apresentam tais objetos para a composição dos quadros de representação. Já a presença de objetos-pessoais é obrigatória, tendo em vista que, por menor tamanho que a foto tenha, sempre há espaço para um brinco, um colar ou gola de renda.¹⁴

Esta diferença de fundo nas fotos de estúdio interfere na formulação da mensagem fotográfica, à medida que produzem significados diferentes. Esta diferença indica também uma certa hierarquia de artificialidade.

¹⁴ No próximo item ficará estabelecida uma distinção espacial dos objetos, entre: objetos-pessoais, objetos-interiores e objetos-exteriores.

Assim, os retratos com o fundo pintado e arranjo de objetos representam o grau máximo de artificialidade. Neste nível a mensagem fotográfica representa muito mais que um modo de vida, representa uma vontade de ser. Portanto, é justamente aí que deve ser avaliado o poder que uma classe exerce sobre a outra no campo das representações sociais, tanto ao nível do consumo de objetos como na escolha de determinados ambientes e não de outros, pois em um estúdio fotográfico pode-se ter e ser, por um momento fugaz, aquilo que na vida está interdito.

No nível mais baixo desta hierarquia de artificialidades estão os retratos pequenos com fundo liso e sem outros objetos além da própria indumentária, ou aqueles grandes e médios, cujo enquadramento tem como objeto principal o rosto. Nestes retratos, a mensagem, centrada na figuração, é mais direta, e o nível de artificialidade é mínimo, como também o é a sua relação com o espaço.

A distribuição de fotos com o fundo liso e pintado no conjunto da coleção possui, de acordo com a época, uma maior ou menor incidência, como o quadro abaixo demonstra.

Descrição	SÉRIE A	SÉRIE B
<i>1900 – 1929</i>	59% Liso 41% Pintado	50% Liso 50% Pintado
<i>1930 – 1939</i>	76,5% Liso 23,5% Pintado	100% Pintado
<i>1940 – 1949</i>	94% Liso 6% Pintado	- 100% Pintado
<i>1950 – 1959</i>	100% Liso	100% Liso
	-	-

Este quadro demonstra também que a proporção de incidência do fundo pintado vai diminuindo com o passar do tempo, o que indica:

- Os padrões do retrato de família acompanham a tendência mais ampla da composição estética do retrato que, na década de 1950, abandona os artificialismos mais explícitos, voltando-se para o estilo de crônica fotográfica, tomado de empréstimo das revistas ilustradas. Com isso, produzem uma imagem o mais próxima possível da ação, do evento e do espaço natural;
- Com o aumento da produção de retratos 3 X 4, para a sua utilização em documentos, principalmente a partir dos anos 30, boa parte deste montante é transferido para as trocas familiares de imagens, sempre acompanhados de dedicatória. Tais imagens

substituem o tradicional “post-card”, presente de forma expressiva nas décadas de 1920 e 1930, respectivamente 54% e 84% das fotos médias destes períodos. Este formato exhibe, geralmente, um arranjo fotográfico mais elaborado e, por conseguinte, mais artificial do que as fotos pequenas;

- Há perda da importância do espaço artificial para transmitir os valores de luxo, riqueza, conforto e abundância, à medida que, com a ascensão social do grupo analisado, o próprio espaço natural assume tal função.

A série B não apresenta a mesma curva descendente de fundos pintados que a série A, o que se explica pelo número insuficiente de fotos, por período, para uma amostragem significativa. Entretanto, o período inicial e final, que possuem as maiores quantidades de imagens, apresentam a mesma tendência da série A.

Fora do estúdio fica o espaço denominado de natural, o qual inclui os lugares ligados à natureza: praias, parques e campos. Como aqueles que se constituíram através da ação social: a rua, a casa, os ambientes de trabalho e de lazer. Assim, neste trabalho, a idéia de natural está associada à espontaneidade dos cenários e ambientes cotidianos que, nem por isso, deixam de ser considerados na sua dimensão de representação social. Apesar de se colocarem no mundo de forma “natural”, entram na fotografia via uma escolha feita dentre um conjunto de escolhas possíveis.

Nesta coleção foram fotografados doze tipos de lugares: a casa, a rua, o campo, o parque, o hotel, o clube, a igreja, a praia, a escola, exterior (fora do circuito Minas Gerais-Rio de Janeiro), cemitério e navio.

Distribuídos pelos períodos da coleção de acordo com a proporção abaixo:

	1900/29		1930/39		1940/49		1950/59	
	Ser A	B	Ser A	B	Ser A	B	Ser A	B
<i>Casa</i>	15,00%	40,00%	41,00%	60%	28%	15%	23,00%	6,00%
<i>Rua</i>	22,00%	6,50%	17,00%	-	5%	-	8,50%	12,50%
<i>Campo</i>	-	-	3,00%	-	2%	-	-	-
<i>Parque</i>	4,50%	6,50%	19,00%	-	13%	-	-	-
<i>Hotel</i>	-	-	2,50%	-	17%	-	-	-
<i>Clube</i>	-	-	0,30%	-	4%	-	23,00%	53,00%
<i>Igreja</i>	-	-	1,50%	-	4%	50%	13,00%	-
<i>Praia</i>	6,00%	-	8,00%	-	2%	-	-	-
<i>Escola</i>	-	-	0,70%	-	1%	-	-	-
<i>Fora do eixo MG/RJ</i>	-	-	-	-	5%	-	7%	-
<i>Cemitério</i>	-	-	-	20%	-	-	-	-
<i>Navio</i>	1,50%	-	-	-	-	-	-	-

Porcentagem para o conjunto da coleção:

Local	Porcentagem
Casa	34%
Rua	13,5%
Campo	1%
Parque	13,5%
Hotel	4,5%
Clube	3%
Igreja	3%
Escola	0,5%
Praia	5,5%
Exterior	1,5%
Cemitério	0,2%
Navio	0,2%

Cabe lembrar que esses lugares nem sempre estavam localizados na cidade do Rio de Janeiro, pois se fotografou também em: Campo Grande, um subúrbio carioca; Providência, uma cidade na Zona da Mata mineira; Poços de Caldas e Araxá, duas estações

de águas localizadas em Minas Gerais; Petrópolis e, fora do circuito Minas/Rio, em São Paulo e no exterior.

Sendo assim, este espaço natural não é homogêneo e guarda uma hierarquia de presença, aproveitamento e valorização – fato que indica a formulação de uma determinada concepção da cidade do Rio de Janeiro, a partir da própria trajetória familiar. O Rio é o espaço de referência para onde as fotografias eram enviadas. Foi também o Rio que a memória da família se manteve reunida. O espaço geográfico deste grupo tem na cidade do Rio de Janeiro o seu centro.

No conjunto de fotos que registram o espaço da casa, três foram os locais retratados:

	1900/29		1930/39		1940/49		1950/59	
	Ser A	B	Ser A	B	Ser A	B	Ser A	B
Rio (Copacabana, Vila Isabel e Urca)	43%	100%	49%	33%	8%	100%	100%	100%
Providência (MG)	57%	-	37%	33%	32%	-	-	-
Campo Grande (Zona rural / Rio)	-	-	14%	33%	60%	-	-	-

O local de moradia não é o mesmo, fato que se explica pelo próprio roteiro de mudança dos integrantes da família ao longo de mais de cinquenta anos de história, devido ao enriquecimento da família.

Nas duas primeiras décadas, o grupo reunido em torno do irmão mais velho dividia-se entre Minas e Rio. “*Seis meses lá e seis aqui*”, como relembra a Sra. Mariana Jabour Mauad, dona da coleção.

No período em que se deviam travar os contatos na cidade, para a colocação do café no mercado, Abraão, o irmão mais velho, acompanhado de sua esposa Joana, alugava uma casa mobiliada em Copacabana, sempre no Posto Cinco. Nos seis meses restantes, voltavam para o interior para garantir junto aos fazendeiros que o café seria entregue a tempo.

Em Minas Gerais, a família inteira vivia em torno dos negócios com o comércio local de produtos variados, e inter-regional de café. Moravam em casas separadas, mas sempre perto uns dos outros e da loja, que estava anexa à casa do pai da família, Elias Jabour.

No final dos anos 20, a família se divide. Abraão, na liderança do grupo e dos negócios, mudou-se definitivamente para Copacabana. Primeiro na Rua Djalma Ulrich e

depois, já em 1932, para a Rua Aires Saldanha. Com ele moravam a sua esposa Joana, o seu irmão João, auxiliar direto nos negócios com café, e sua esposa Zuleika.

Uma parte da família, na qual a dona desta coleção de fotografias estava inserida, permanece em Minas. Outra parte, composta pelos pais Said e Elias e pelas irmãs Joana e Carminha, muda-se para um sítio em Campo Grande, zona rural do Rio. A trajetória de aproximação para os bairros mais nobres da cidade guarda uma certa distinção entre os membros da família. Os mais importantes na construção do patrimônio chegam antes à zona sul carioca, perseguindo ideais de conforto, luxo e modernidade que, a este espaço, foram atribuídos através da imprensa e da publicidade dos grupos interessados na ocupação rápida dessas áreas, tais como as companhias construtoras e as de bonde.¹⁵

Na década de 1940, a proporção de fotos de Copacabana diminui, fato que pode ser explicado, primeiro, pela maior incidência de fotos dos integrantes da família que moravam em Campo Grande. Foi justamente no final dos anos 30 e início da década de 1940, que o restante da família, que estava em Minas, mudou-se para Campo Grande e, neste grupo, o marido de Mariana, João Jorge Mauad, tinha como hobby a fotografia. Segundo, a morte de Joana, a esposa de Abraão e motivo principal das fotografias tiradas na casa de Copacabana.

Ainda nos anos 30, as imagens que referem à casa de Providência são fotos-lembrança, que registram visitas e encontros com os antigos vizinhos. Estas fotos representam o distanciamento gradual daquela região.

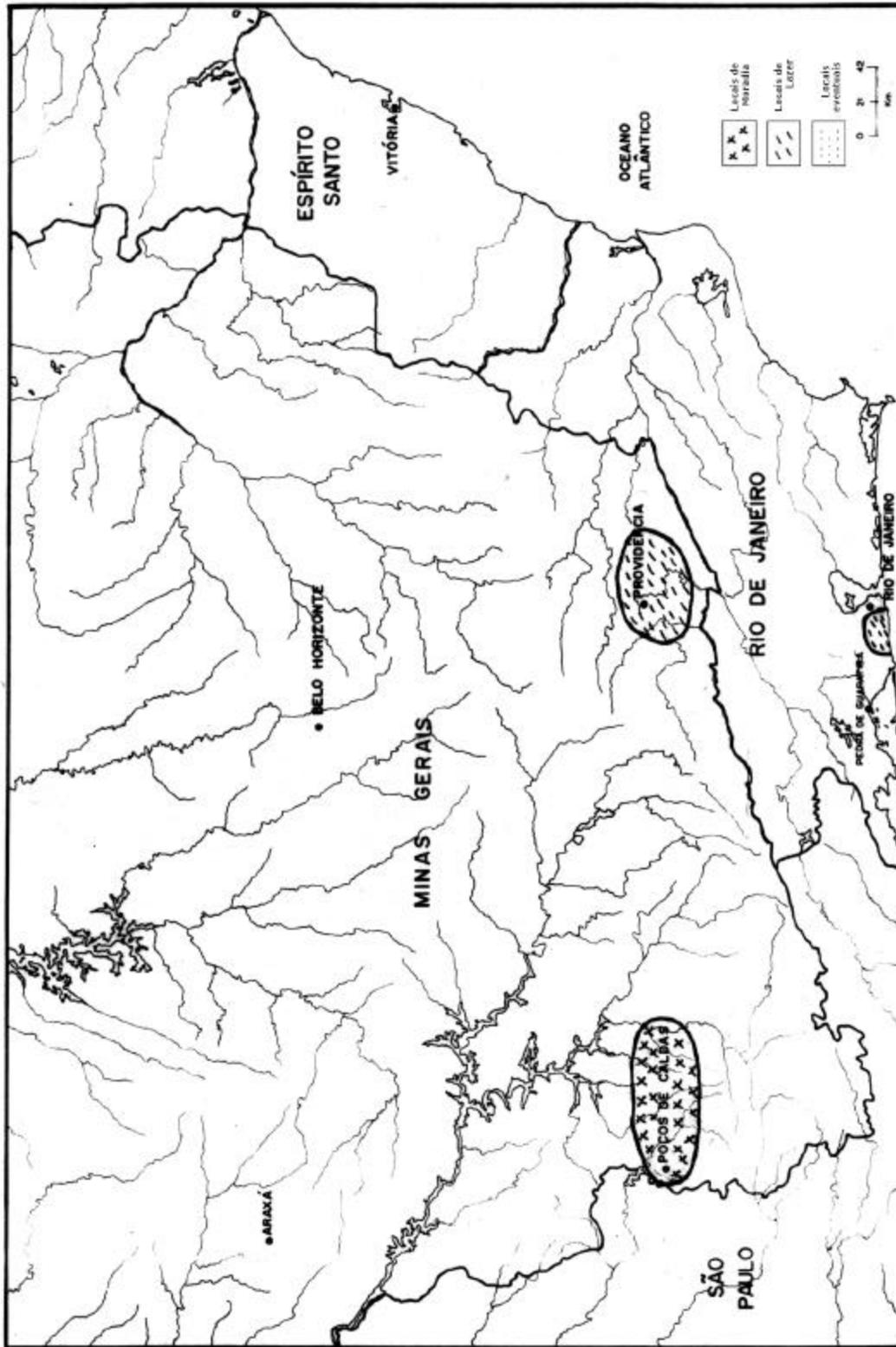
Na década de 1950, 100% dos lugares, onde as casas estavam localizadas, são no Rio de Janeiro. Abraão saiu de Copacabana em 1955, época em que o bairro experimentava um rápido processo de verticalização, e mudou-se para a Urca, onde passa a morar em uma grande mansão. Mariana, que já havia mudado de Campo Grande em 1946, passa a viver em Vila Isabel até 1955, quando se mudou definitivamente para o Jardim Botânico.

Não só a moradia apresentou diferença de localização; a rua, o parque, a praia, o clube, a igreja, etc., também mudaram de local. Sua indicação permite que se reconstrua o universo geográfico experimentado pelo grupo nos vários períodos.

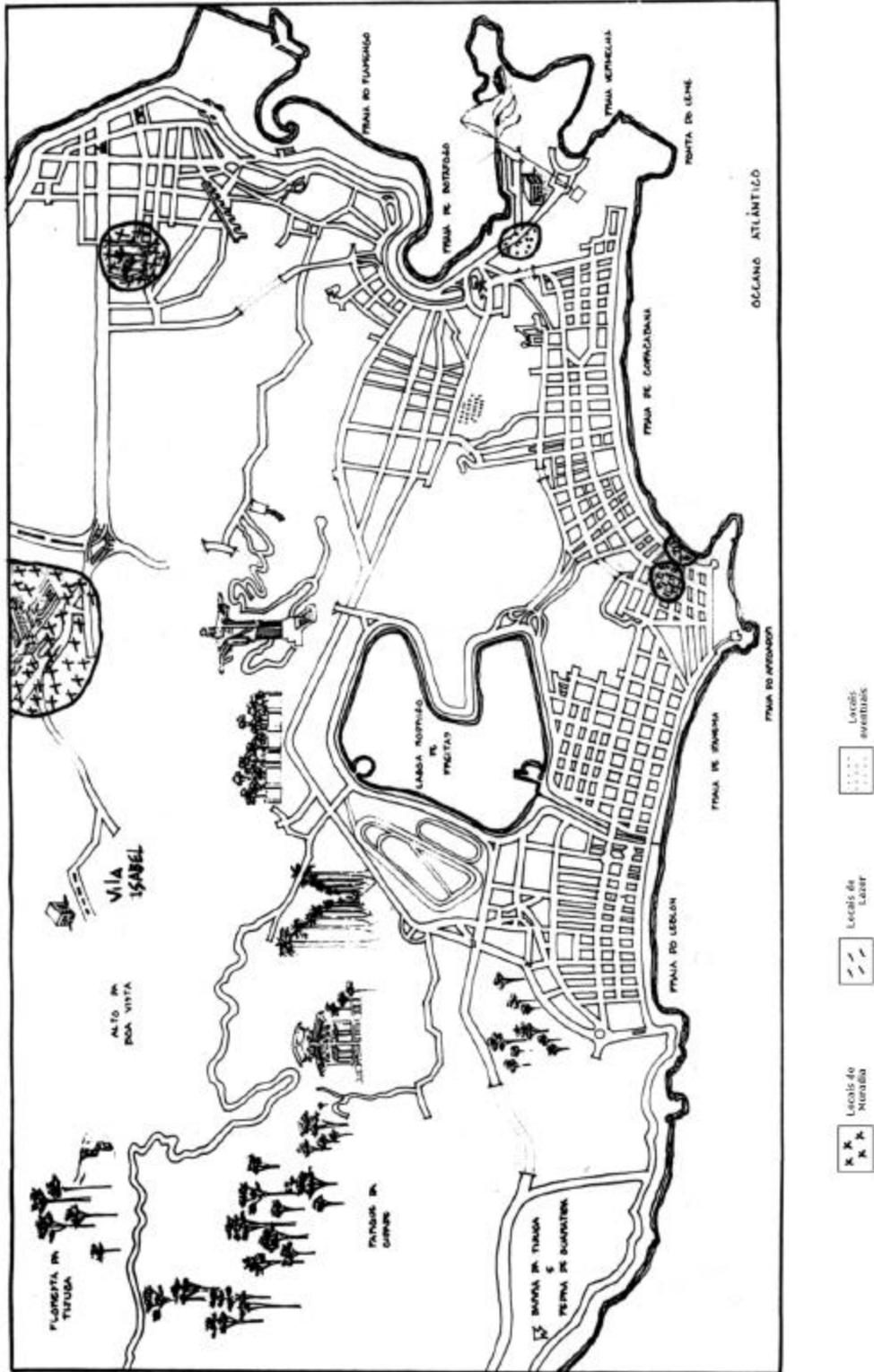
¹⁵ Cardoso, E. D., et alii. “História dos Bairros: Copacabana”, Rio de Janeiro, Ed. Index, 1987, p. 44-45.

Local	Década 10/20	Década 30	Década 40	Década 50
Rua				
Providência	4	29	4	1
Rio	5	10	-	5
Campo Grande	-	6	-	-
Araxá/Poços de Caldas	1	4	4	-
Parque				
Quinta da Boa Vista	1	10	1	-
Cascatinha/Alto da Boa Vista	-	2	-	-
Represa de Tatu	-	8	-	-
Campo de Santana	1	-	-	-
Cristo Redentor	-	3	-	-
Pão de Açúcar	-	1	-	-
Poços de Caldas	-	28	-	-
Araxá	-	-	12	-
Praia				
Copacabana	3	8	-	-
Barra da Tijuca	-	11	-	-
Pedra de Guaratiba	-	3	2	-
Clube				
Vila Isabel (28 de Setembro)	-	-	-	7
Monte Líbano (Av. Pasteur)	-	-	4	12
Jockey Clube (Gávea)	-	1	-	-
Igreja				
Candelária (Centro)	-	-	1	-
S. Nicolau (Av. Gomes Freire)	-	2	-	1
Sta. Terezinha (Mariz e Barros)	-	-	-	1
Colégio São Paulo (Vieira Souto)	-	-	2	-
N. S. Conceição (Campo Grande)	-	-	2	-
N. S. da Penha (Penha)	-	4	-	-
Cemitério				
São João Batista	-	1	-	-
Escola				
Tijuca (Mariz e Barros)	-	-	1	-
Campo Grande	-	2	-	-
Praia Vermelha	1	-	-	-
Hotel				
Poços de Caldas	-	7	-	-
Araxá	-	-	17	-
Casa de Caridade				
Magalhães Bastos (Subúrbio da Central)	-	-	-	4

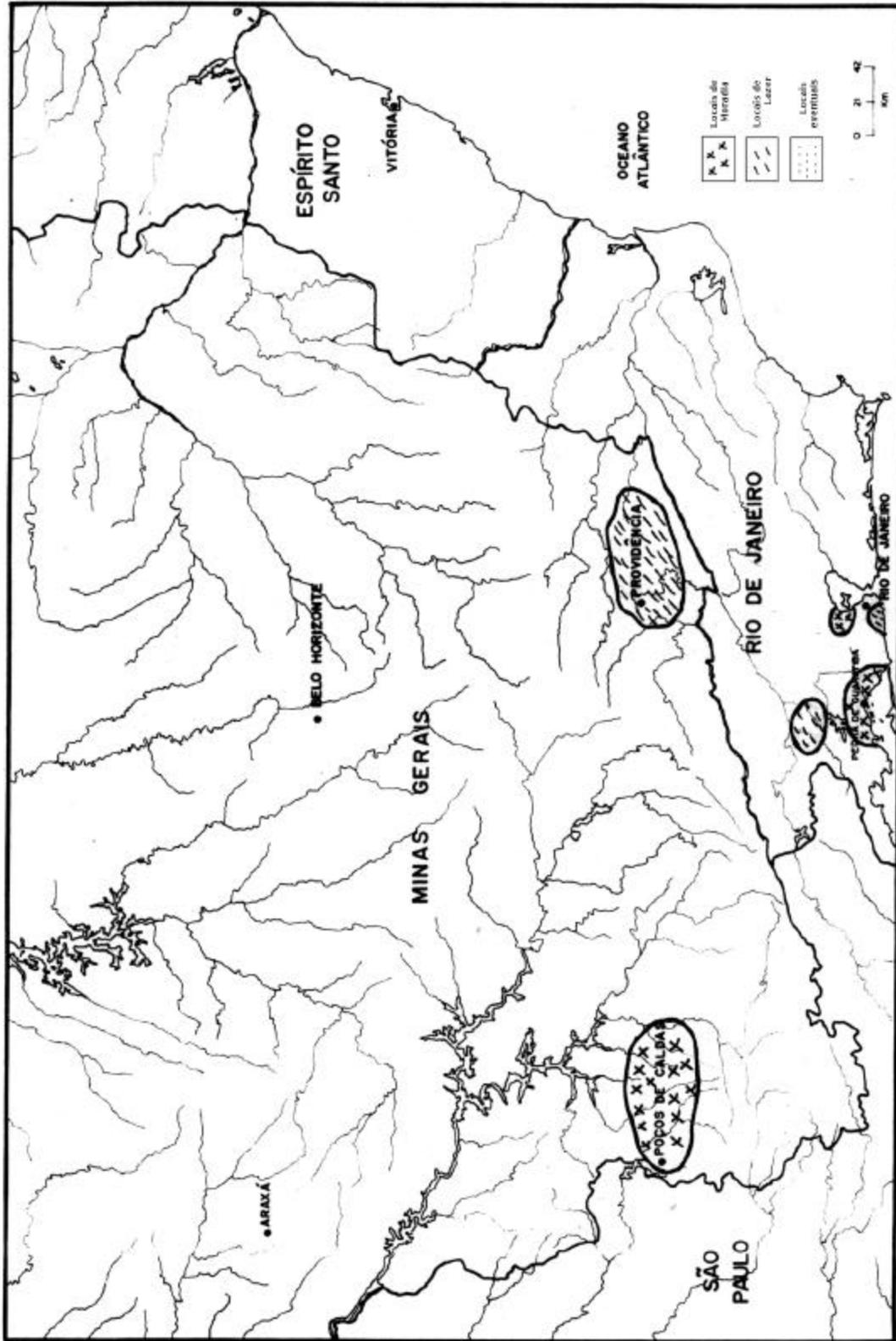
Os oito mapas que se seguem apresentam a variação espacial por período, incluindo os espaços de moradia.



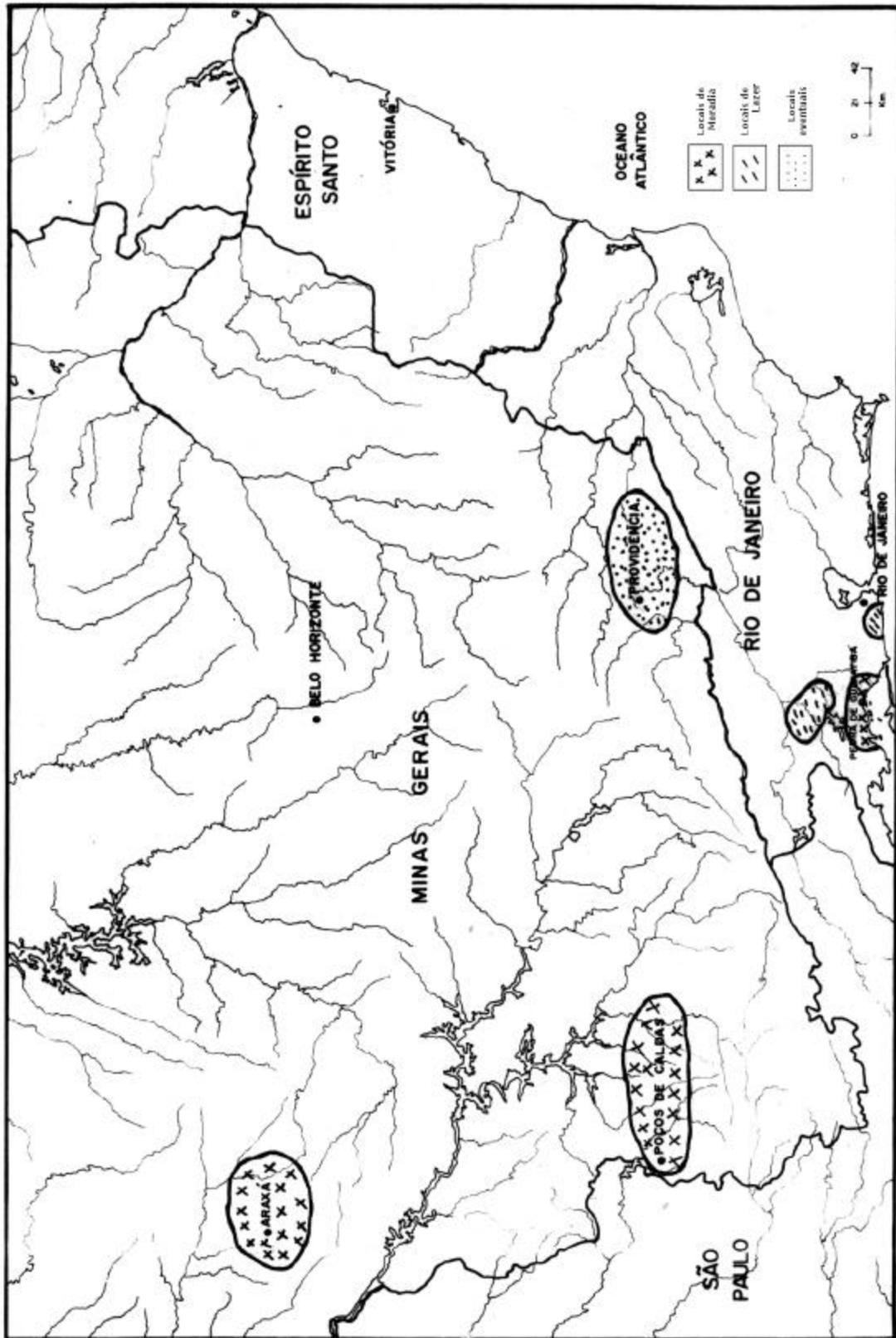
Espaço geográfico vivenciado pela família: 1900-1929.



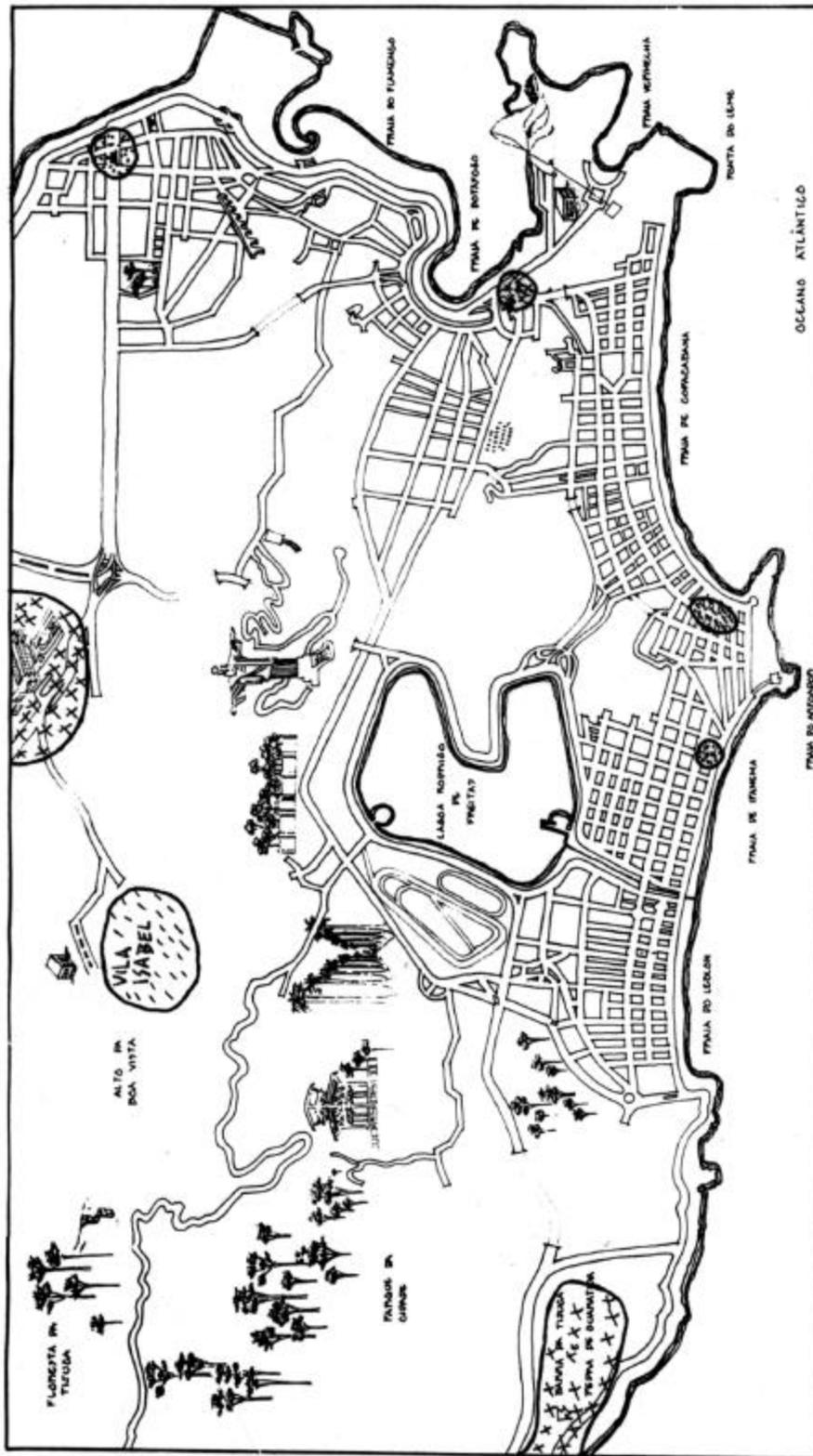
Espaço geográfico vivenciado pela família no Rio de Janeiro: 1900-1929.



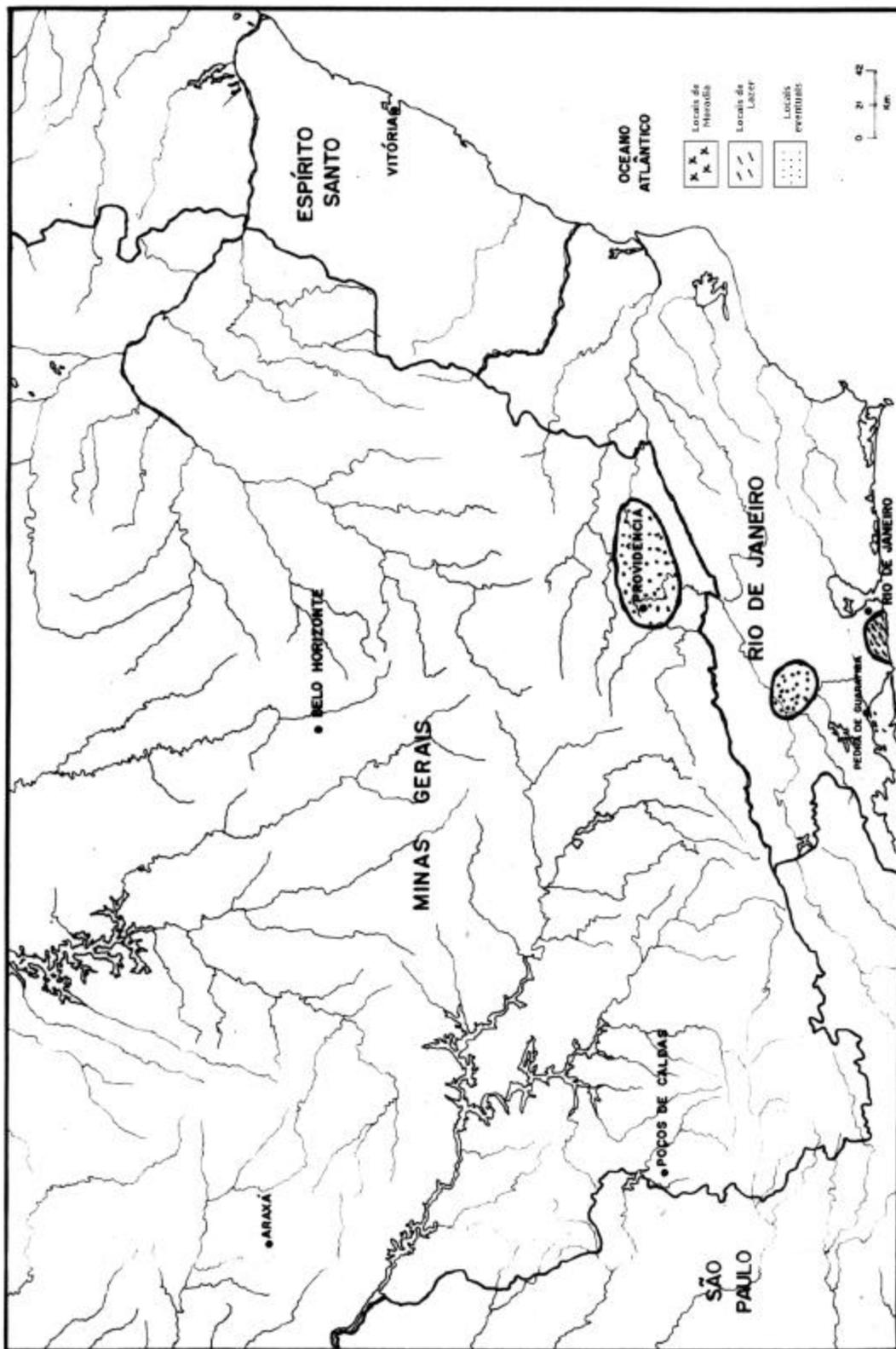
Espaço geográfico vivenciado pela família: 1930-1939.



Espaço geográfico vivenciado pela família: 1940-1949.



Espaço geográfico vivenciado pela família no Rio de Janeiro: 1940-1949.



Espaço geográfico vivenciado pela família: 1950-1959.

É importante ressaltar que a ausência dos espaços já vivenciados em um período, nos momentos seguintes, implica numa mudança na natureza da opção fotográfica, que pode sofrer influências a partir de elementos diversos, tais como: mudança do local de moradia, morte de um membro importante do grupo que coordenasse as fotos nos passeios ou em casa, obsolescência do material de uso, perda de interesse no ato de fotografar, ou ainda a valorização da estética do fotógrafo profissional em detrimento da do amador, como se percebe nas décadas de 1910/20 e 1950.

Por motivos diversos, em ambos os períodos, a fotografia foi realizada prioritariamente por fotógrafos profissionais. O agente produtor da foto influencia na escolha do tipo do espaço a ser fotografado. O quadro abaixo demonstra a proporção entre as fotos produzidas por profissionais e amadores (distinguindo, neste grupo, as fotos feitas por João Jorge Mauad, marido da dona desta coleção):

	1900 / 1929	1930 / 1939	1940 / 1949	1950 / 1959
Profissional	83%	27%	30%	90%
Amador (João Jorge Mauad)	2%	43%	34%	-
Amador (Integrante do grupo familiar)	15%	30%	36%	10%

No primeiro e no último período, a presença marcante do fotógrafo profissional determina que a escolha dos lugares fotografados varie pouco. Ao passo que, nos dois períodos intermediários, uma maior proporção de fotos amadoras faz com que o universo geográfico freqüentado pela família seja muito maior.

B) A oposição Interno X Externo

O espaço denominado de natural subdivide-se em dois níveis: interno e externo. Procurou-se nesta divisão dar conta da diferença entre o espaço privado do lar, da casa e o espaço público, exterior à casa. Esses dois níveis, por sua vez, não são homogêneos; também guardam uma hierarquia de presença, aproveitamento e valorização. Na montagem da fotografia, variam também no tempo e na estruturação do quadro de opções para a

composição da imagem que, sem dúvida, indica os próprios quadros de representação social.

A diferenciação do espaço interno acompanha a divisão contemporânea da casa: cômodos centrais e dependências. Tal divisão, no marco cronológico deste trabalho, já existia, pois a intimidade do lar burguês, na Europa, formula-se a partir de fins do século XVIII, afirmando-se ao longo do século XIX, com a distinção cada vez mais clara das esferas do público e do privado.¹⁶

Entretanto, essas modificações de hábito foram sentidas mais pela população pobre do que pela camada enriquecida, objeto desta investigação, que, apesar de ainda ligada aos padrões de comportamento do campo, passa a consumir novidades européias e adotar o modelo europeu de comportamento. O padrão de habitação e a divisão dos cômodos também foram influenciados por essa nova sociabilidade.

De acordo com a tabela da página 197, que procurou apontar a incidência dos espaços naturais, constatou-se, para a série A, a proeminência dos espaços exteriores sobre os interiores.

Anos	Interior	Exterior
1900 / 1929	15%	34%
1930 / 1939	41%	52%
1940 / 1949	28%	53%
1950 / 1959	23%	51,5%

Na série B, devido ao menor número de fotografias por período, essa tendência fica mascarada em algumas épocas:

Anos	Interior	Exterior
1900 / 1929	40%	13%
1930 / 1939	60%	20%
1940 / 1949	15%	50%
1950 / 1959	6%	53%

¹⁶ Habermans, Jurgens. “Mudança Estrutural na Esfera Pública”, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984. No Brasil, especificamente na cidade do Rio de Janeiro, na entrada do século XX, iniciara-se um novo padrão de comportamento voltado para o pleno estabelecimento das formas capitalistas de produção. Tal movimento foi acompanhado por uma total reforma nos hábitos do povo carioca, desde a reformulação do espaço da cidade até a criação de uma legislação, por parte do Estado, no sentido de ordenar os comportamentos e vivências. Cf. Cap. I deste trabalho, Soihet. R., op. Cit., Sevchenko, N. Op. Cit. E Chalhoub, S, op. Cit.

Entretanto, a tendência geral da coleção reforça os resultados encontrados para a série A:

Anos	Interior	Exterior
1900 / 1929	23%	28%
1930 / 1939	41%	52%
1940 / 1949	28%	54%
1950 / 1959	20%	53%

Com efeito, existem em todos os períodos da coleção uma prioridade por ambientes políticos que, como já foi apontado, não são homogêneos e guardam uma hierarquia de presença variável temporalmente. Essa mudança, ao longo do tempo, demonstra que, cada vez mais, os ambientes políticos retratados associam-se na mensagem fotográfica a um estilo de vida burguês, tanto pelos objetos que os integram como pelos temas que retratam. Esta tendência é evidenciada pelo aumento da presença de fotos ambientadas em lugares exclusivos como clubes e hotéis.

As fotos do ambiente interno, o universo privado do lar, reforçam a tendência de valorização dos espaços onde se possa ver e ser visto. São justamente os limites entre a casa e a rua que aparecem mais vezes:

	1900/29		1930/39		1940/49		1950/59	
	A	B	A	B	A	B	A	B
Varanda/Entrada	37,50%	-	32,50%	-	39%	-	25%	-
Sala	50%	34%	13%	33%	-	100%	7%	100%
Quintal/Jardim	12,50%	16%	51%	67%	39%	-	50%	-
Fundos/Área de Serviço	-	16%	3,50%	-	22%	-	-	-
Escritório	-	34%	-	-	-	-	8%	0

No conjunto da coleção esta tendência é confirmada:

Locais	Porcentagem
Varanda / Entrada	31,5%
Sala	15%
Quintal / Jardim	46%
Fundos / Área de Serviço	6,5%
Escritório	1%

A varanda, o jardim e o quintal aparecem na mesma proporção que a sala, o ambiente mais público da casa; pois é na sala onde se recebem as visitas, onde se assinam os contratos e se fecham os negócios. Na sala, o espaço exterior se estende ao interior da casa. Até mesmo a escolha dos objetos que compõem a decoração deste ambiente reforça tal movimento. Estes objetos são escolhidos com cuidado nas vitrines da cidade, lugar de consumo e trocas, e deslocados de um espaço para outro, guardam o seu conteúdo de mercadoria, de objeto público, resultado de uma atividade pública – o consumo.

É importante ressaltar que, ao longo do período de que trata esta pesquisa, o consumo supérfluo só se ampliou, fato que aponta para a sedimentação dos códigos de comportamento da vida burguesa, que associam o conforto a um mundo de objetos disponíveis para o consumo, principalmente eletrodomésticos.¹⁷

Existe uma distinção real entre o espaço interno e externo; entretanto, na mensagem fotográfica, por efeitos de sombra e contraste e perspectiva, fornece-se a idéia de que o espaço interno se estende ao externo e vice-versa. Contudo, existe também uma hierarquia dos lugares que devem ser fotografados: da varanda, a visão da sala; do jardim, os prédios vizinhos podem ser vistos, mas nunca o banheiro, a cozinha, tampouco o quarto – ambientes que indicam uma intimidade que não pode ser revelada.

Somente nas fotos que retratam o universo rural, permitiu-se fotografar os fundos da casa, mas esta imagem associa-se a significados de trabalho e não de intimidade.¹⁸

Desta forma, o campo é o espaço do trabalho, onde a riqueza é gerada; e a cidade é o espaço da fruição e do consumo – distinção que aponta para a última oposição do espaço geográfico representado na coleção.

C) A oposição Rural X Urbano

Tal oposição está caracterizada na própria trajetória familiar. Originária do meio rural, no Líbano, esta família, na presença de Elias Gabriel, parte em busca de oportunidades na América do Sul. Depois de breve passagem no Rio de Janeiro, instala-se

¹⁷ O aumento na oferta e, conseqüentemente, no consumo de objetos supérfluos, pode ser verificada através do acompanhamento da publicidade nas revistas ilustradas de época. Estas anunciavam desde a “famosa pasta russa para firmeza dos seios” até móveis de “renomado requinte”.

¹⁸ Fotos n°: 470, 352, 101 e 253.

definitivamente em Providência, no interior de Minas Gerais. Com o gradual enriquecimento, os diferentes integrantes da família mudam-se para a cidade.

A atividade que lhe propiciou o enriquecimento foi o comércio, prática eminentemente burguesa. Apesar disso, a ligação originária do grupo sempre foi com o meio rural.

Do conjunto da coleção, englobando-se somente os espaços naturais, 55% das fotos relacionam-se ao universo rural e 45%, ao meio urbano. Ambientes reconhecidos através de um trabalho de crítica externa, além dos atributos de paisagem que os compõem, como ficará evidenciado no desenvolvimento do item sobre o espaço do objeto.

Nas fotos de estúdio com fundo pintado, nove possuem motivos campestres contra cinco com motivos urbanos e quatro com domésticos.

Na mensagem fotográfica veiculada por esta coleção, o universo rural está associado tanto aos espaços de moradia como aos de lazer.

No primeiro caso, o que se escolhe é a cidade do interior com suas fachadas simples, chão de terra, vegetação abundante e o contorno distante dos morros. Apesar da maioria das fotos serem de tamanho pequeno, possuem profundidade de campo, possibilitando que se reconheçam na paisagem os atributos de um mundo rural.¹⁹

Nestas fotos o universo rural não está associado aos valores de luxo, riqueza e conforto, mas aos de simplicidade e parcimônia. Espaço de convivência ampliada apresenta, na maioria de suas fotos, o grupo todo reunido, os membros da família com seus vizinhos.²⁰

Desta forma, tais fotos não só denotam a origem simples da família como a sua presença, de forma significativa e variada no conjunto da coleção, aponta para o fato de que o processo de ascensão social não foi igual para todos os membros do grupo.

No segundo caso, quando o universo rural relaciona-se ao lazer, duas representações deste espaço ficam evidentes:

1º - Universo rural = vida bucólica e campestre;

2º - Universo rural = vida agreste.

¹⁹ Fotos nº: 188, 189, 184, 3, 181, 171, 167, 157, 132, 428, 450, 3 b, 242, 263, 269, 353, 352, 358, 468, 467, 470, 139, 140, entre outras.

²⁰ Fotos nº: 428, 448, 453, 231, 233, 239, 246, 269, 270, 4, 3, 34, 84, 90, 87, 96, 118, 114, 139, 138, 140, 163, 164, 165, 166, 169, 175, 176, 177, 178, 181, 179, 187, entre outras.

A primeira associação está relacionada às fotos nos parques do Rio e das cidades onde se passavam as férias. A segunda liga-se às fotos de praia, principalmente na Barra de Guaratiba e na Barra da Tijuca, lugares que na época ainda se mantinham bem distantes da cidade, devido à dificuldade de acesso. Para a Barra da Tijuca chegava-se de automóvel, pelo Alto da Boa Vista, e depois se tomava um barco para atravessar o canal, uma aventura para a época. À Barra de Guaratiba chegava-se de trem.

Em ambos os casos, a associação deste momento aos trajes de passeio completo ou esporte fino e a objetos de consumo urbano, como o automóvel, indica que este tipo de representação está na interseção entre os dois universos, uma vez que o ambiente do campo é invadido por atributos da vida urbana.²¹

Cabe ressaltar que as representações artificiais do universo rural incidem em seu aspecto bucólico e campestre. Elas fornecem a este espaço, através da escolha dos elementos que compõem a paisagem pintada, tais como: lago, floresta, colunas com hera, nuvens e galhos – uma dimensão ideal que influencia as opções temáticas nas representações naturais. Assim, a representação artificial, cuja inspiração advém de uma gama de experiências de vida, retorna a esta através da sua própria representação.

No lado oposto do quadro de representações do espaço geográfico, está o universo urbano associado à abundância, ao luxo e ao conforto, e totalmente localizado na cidade do Rio de Janeiro. Com isso, fica evidenciado que a representação mental que esta família construiu da cidade, através das fotografias, colocava-a como espaço, por excelência, da realização de um modo de vida burguês.

As imagens que compõem a cidade estão associadas a uma noção ampla de movimento. Movimenta-se pela cidade pessoas, mercadorias, informações, energia, num constante vaivém. Postes, fios, ruas pavimentadas, fachadas de prédios, automóveis, vitrines, letreiros e a calçada de pedra portuguesa corroboram a face urbana dessas representações familiares.²² São fotos também pequenas, cuja profundidade do campo lhes garante que sejam reconhecidos todos os atributos da vida na cidade.

Sendo assim, na cidade formula-se um modo de vida que se opõe ao campo, por ligar-se à velocidade, ao moderno, ao consumo e à mercadoria, como também por fazer

²¹ Fotos n°: 335, 344, 337 a, 61, 348, 63, 66, 67, 69, 70, etc.

²² Fotos n°: 386, 387, 382, 394, 404, 408, 414, 412, 413, 423, 267, 15, 16, 31, 26, 89, 121, 130, etc.

deste próprio campo um espaço subjacente associado, como imagem, a um modo de vida ultrapassado.

As fotos com fundo pintado também reforçam a noção ampla de movimento. Duas das cinco fotos deste grupo são de um avião pintado com o panorama da cidade e somente um pequeno lugar para se entrar.

Com efeito, ao escolher uma determinada imagem da cidade e não outra, a família cria a cidade que ela vive e experimenta. É o espaço retratado que é reconhecido como seu. A cidade feia, suburbana e mal iluminada é o outro lado da imagem e pertence a uma outra mensagem.

3.3.3 – O ESPAÇO DO OBJETO

Os objetos estão presentes em todas as fotografias, assumindo formas e tipos diferentes e fornecendo à imagem fotográfica a dimensão do espaço-tempo no qual elas se inserem. Pode só haver restado um simples retrato, um rosto, um olhar, com o fundo vazio: o objeto está lá em forma de uma gola que entra no conjunto, ou de um brinco que não foi retirado.

Percebendo-se isso, os objetos foram divididos em três tipos, que procuram levar em consideração as diversas formas que assumem:

- *Objeto exterior:* Calçada de pedra portuguesa, toldos, vitrines, fachada (prédios e letreiros), vegetação (mais natural), morro, automóveis, mar, pedra (caminho de rochas), chão de terra, lago/cachoeira, barco, trem, janela aberta, janela fechada, porta aberta, porta fechada, postes, gramado, estátuas, chafariz, muro, cerca, transeuntes, escadaria, banco de jardim, bandeiras, charrete, mausoléu e altar.
- *Objeto interior:* Flores (plantas e galhos mais decorativos), tanque, cadeira e mesa de vime, cadeira e mesa de madeira, tapete, cortina, lustre (ou luminária), papel de parede, varal, colunas, quadros, almofadas, narguilé, toalha de renda (ou de mesa), vaso (ou jarro), chão de azulejo, armário, copos, pratos (serviço de chá), talheres, garrafas, comida, bandeja, instrumentos de trabalho no campo, cabideiro, retratos de parede, espelho, móveis de jardim de ferro, ventilador, instrumentos musicais, sofá e janela com grade de ferro.

- *Objetos pessoais:* Indumentária.

Estes três tipos de objetos, por sua vez, foram relacionados a três seqüências de significados estabelecidas a partir da observação da presença de determinados objetos em lugares e eventos diversos:

- Experimentar objetos/descobrir lugares;
- Experimentar objetos/compor a casa;
- Experimentar objetos/identificar-se.

Assim, em cada uma destas três seqüências o objeto assumirá uma função, portanto estas séries visam a compreender o objeto na sua relação com a experiência vivida e com o espaço construído. O que se pretende mostrar é que o objeto, mesmo incorporando funções sîgnicas, mesmo sendo produto de investimento de sentido não perde a sua dimensão material, e que, na mensagem fotográfica, estas duas instâncias não são incompatíveis.

A) Tipos e Formas

Os instantâneos são poucos, as fotos posadas com os integrantes da família imperam. Nesta, os objetos são colocados em tal maneira que prontamente se reconheça como pertencentes ao grupo todos os elementos ali contidos.

No conjunto das fotos posadas da série A e B 85% apresentam o grupo no primeiro plano e, ao fundo um mundo de objetos revelam a que mundo este grupo pertence. Nos 15% restantes, a paisagem e os objetos, assumem o primeiro plano.

Outra incidência bastante marcada são as fotos de passeios familiares, férias, piqueniques, etc. O grupo, mais uma vez, aparece em plano central envolvido por diversos objetos que atribuem àquela imagem o significado de lazer, passeio ou um momento excepcional. Especial a ponto de ter sido fotografado.

As fotos de primeira comunhão, de baile de carnaval, de formatura e apresentação artística podem ser reunidas na categoria eventos ou ocasiões especiais, por fugirem da rotina fotográfica, tanto pelo número de vezes que aparecem, como pela vivência que

representam e ainda pela relação de objetos que produzem. O total de fotos de lazer e ocasiões especiais se distribuem de acordo com a seguinte tabela:

Anos	Porcentagem
1900 / 1929	32%
1930 / 1939	47%
1940 / 1949	52%
1950 / 1959	55%

1900 / 1929: O primeiro período é mais marcado pela grande incidência de retratos, cerca de 50% das fotos posadas. Estes retratos foram todos realizados em estúdios, dentro e fora da cidade do Rio de Janeiro.

As fotos posadas são aquelas em que o espaço é programado para ser uma representação. Escolhe-se a pose, o traje, o ambiente mais favorável para se transmitir uma determinada mensagem. No retrato em estúdio a escolha é ainda mais clara: neste tipo de foto o objeto perde o seu valor de uso e é apresentado exclusivamente no seu valor simbólico de pura representação.

Os retratos da década de 1910 e 1920 da série A (reunidas para manter a extensão do corpus documental), relacionando: fundo, objeto-interior e objeto-pessoal, visando à criação do espaço da representação por excelência, o cartão de visita. Apesar dessas fotos não apresentarem as dimensões habituais da “*carte-de-visite*” e sim terem sido impressas no formato postal ou em tamanho 3 X 4 cm, estas formas ainda mantêm o caráter de correspondência e troca que essas imagens possuem.

O fundo é prioritário, mas não exclusivamente liso. No total de fotos em estúdio, 14 possuíam fundo liso e nove o fundo pintado, na maioria com motivos campestres.

Das fotos com fundo liso, quatro apresentam objetos-interiores compondo um arranjo com os objetos pessoais: cadeira de madeira, tapete pequeno, folhas e galhos associados ao traje passeio-completo, com brincos, colares, pulseiras e anéis. Tudo isso reunido cria um ambiente de elegância e luxo associados à vista de abundância e desperdício, típicas da “*belle époque*”.²³

Do restante destas fotos, sete são fotos pequenas, duas são detalhes de rosto, em tamanho médio, e um foto de família. Nove deste conjunto não possuíam espaço para

²³ Fotos n°:L 21, 22, 24 e 32.

conter objetos-interiores, tanto pela opção de tamanho como pela de enquadramento, mas possuíam objetos-pessoais, tais como: chapéus, brincos, alfinete de gravata, a ponta de lenço dobrado com cuidado, colocado no bolso superior do paletó e sempre traje passeio-completo.²⁴

A única exceção é, justamente, a foto de uma família em formato “*cabinet*”, de corpo inteiro, onde o fundo é inteiramente liso, sem adereços e com o grupo colocado no meio da foto. Talvez por opção do fotógrafo, concepção artística diferente, ou ainda pela data em que foi produzida, é a única foto tirada no Líbano que se manteve na coleção e também a mais antiga (1893). Esta foto revela a intenção direta daquilo que quer representar: a família unida que parte, uma memória especial, significado que é reforçado pela maciça presença de objetos pessoais, o traje bem cuidado e uma expressão grave no olhar, fornecendo a dimensão da excepcionalidade do momento, de uma possível partida, mas também de um novo começo.²⁵

As fotos, como o fundo pintado, estão todas no formato postal. Nestas o traje passeio-completo ou a rigor foram os escolhidos, até mesmo nas duas fotos que possuíam o fundo pintado com motivos domésticos²⁶ claro que o que foi reproduzido não foram painéis ou ambientes mais íntimos, mas cortinas e uma janela abrindo-se para o mundo exterior: os objetos-interiores limites.

Em todas as fotos deste caso, a pintura do fundo não foi suficiente para a composição do arranjo; objetos-interiores associados a objetos-pessoais aparecem para complementá-lo e produzir os mesmos significados presentes nas fotos anteriores: luxo e abundância.²⁷

É importante lembrar que a qualidade dos objetos presentes na foto e a clareza da pintura do fundo denotam uma hierarquia entre os estúdios: estúdios mais nobres com mais recursos para preservar a memória; estúdios mais pobres com poucos recursos para fantasiar a lembrança.

Das dezenove fotos posadas da série A, nove são fotos de momentos especiais, e dez são de fotos de lembranças familiares, relacionadas ao cotidiano, às visitas em casa e

²⁴ Fotos n°: 6, 10, 11, 325, 327, 328, 28 e 29.

²⁵ Foto n°: 332. No verso está a indicação do fotógrafo.

²⁶ Fotos n°: 7 e 8.

²⁷ Fotos n°: 1, 2, 18, 19, 17, 20, 323, 7, e 8.

aos encontros de família. Neste conjunto, os adereços, além de identificarem as figuras das fotos com estas situações, indicam a interpenetração de determinados espaços em outros, como é o caso da enorme incidência do traje passeio-fino em situações cotidianas ou caseiras. Neste caso, o espaço exterior, onde a manutenção da boa aparência é fundamental para uma classe em ascensão, é introduzido no interior do espaço doméstico. Por outro lado, a circulação da fotografia como artefato foge ao controle do seu dono, sendo importante preservar a representação; daí a quantidade enorme de objetos e a grande incidência de fotos posadas, não só no primeiro período da coleção, mas em todos os outros.²⁸

Como prova disto, nas dez fotos de lembranças familiares: duas apresentam traje passeio-completo, sete, esporte-fino e nenhuma roupa doméstico, que só compareceu neste período em uma foto de praia.²⁹

Associados aos trajes finos estão os objetos-interiores, que variam desde vasos com plantas em ambientes mais humildes, representando a vida simples do campo, até almofadas, tapetes, cortinas e o narguilé (para não se esquecer da origem), relacionados à vida de consumo da cidade. Assim, à medida que a família vai mudando o local da morada, recria os espaços de representação.³⁰

A tendência apresentada na série B, no primeiro período, contrariou a apresentada pela série A, pois a maioria das fotos posadas foram as das ocasiões especiais; duas fotos de trabalho, duas fotos de passeio, duas de formatura e três de casamento, contra quatro retratos e uma foto de lembrança familiar.

As duas fotos de trabalho são exemplos extremos de um mesmo campo semântico. A noção de trabalho associada ao universo urbano, ao empreendimento e às relações do tipo burguesas-capitalistas está representada na foto 14b. Esta foto reproduz um almoço de negócios, no qual o traje passeio-completo alia-se ao lustre “*art-nouveau*”, à mesa bem posta, à cadeira estofada, ao arranjo de flores e à porta fechada para manter a privacidade do encontro.

No outro extremo, o trabalho está sendo representado pela fotografia de um velho galpão com telhas aparentes, onde se vê catadores de café, parados para a pose na

²⁸ Fotos n°: 18 e 20 (Fazem oposição uma a outra).

²⁹ Foto n°: 324.

³⁰ Fotos n°: 27 e 34 (Fazem oposição uma a outra).

fotografia, revelando uma associação com o universo rural e aos resquícios das relações servis. Um armazém de café, onde as roupas simples e domésticas ligam-se às mesas rústicas, às canecas de ferro e aos sacos amontoados.

Imagens de uma época de transição, confirmada na presença de um menino muito bem vestido, com chapéu de palha e traje branco, olhando atento para o fotógrafo. Sua presença destoa do conjunto e chama atenção para a diferença entre o trabalhador e o patrão.³¹

As duas fotos de passeio associam o traje passeio-completo e adereços aos objetos exteriores: vegetação, pedras, chão de terra, fachadas, postes e um automóvel, demonstrando que tanto o espaço urbano como o rural estão aptos ao lazer.³²

A seqüência prossegue com as fotos de formatura e casamento que, apesar de representarem situações especiais, somente uma foi tirada fora do estúdio,³³ no pátio interno da casa. Nestas fotos, são os objetos pessoais que fornecem significados às imagens: na formatura, a beca inconfundível; no casamento, o tradicional vestido de noiva. Os objetos-interiores são poucos e significam a sua utilidade: o vaso, um enfeite; e a cadeira, um assento.³⁴

Nos quatro retratos da série B, dois foram fotografados em estúdio e dois em casa. Dos dois retratos em estúdio, um apresenta fundo pintado e o outro liso. Mais uma vez o significado da mensagem vai mudar de acordo com a composição da imagem.

A foto com fundo liso é econômica em objetos-interiores, chega até mesmo a retratar um chão de terra, que denota a rusticidade do estúdio. Em compensação, a família retratada está repleta de objetos-pessoais indicando riqueza. Só um detalhe foge ao arranjo proposto: os sapatos gastos, causando um “ruído” na imagem que se pretendia produzir.

Opõe-se a esta imagem o retrato 1b, o qual apresenta um arranjo composto de fundo pintado com motivos clássicos, apoio de madeira entre o casal, e ambos com um detalhamento de objetos-pessoais que incluem desde um minúsculo alfinete de gravata até sapatos bem polidos, passando pelos laços de fita da senhora e pelo seu relógio de bolso em

³¹ Fotos n°: 6b e 11b (Fazem oposição uma a outra).

³² Fotos n°: 2b e 14b.

³³ Foto n°: 7b.

³⁴ Fotos n°: 9 e 13 – Formatura; 7, 8, 15 – Casamento.

tamanho feminino – signos que compõem a mensagem de riqueza e bem-viver que se quer eternizar.³⁵

Os retratos tirados em casa complementam a seqüência de luxo e riqueza. São fotos nas quais o traje a rigor e o brilho dos tecidos, se associam ao papel de parede decorado e às cortinas estampadas, apontando para o universo de superafluência e de consumo que invadem o espaço doméstico.³⁶

Por fim, a foto denominada de lembrança familiar tem em plano central um objeto exterior: a fachada da “Pharmácia Ramos” que, associada à cerca, ao poste, ao chão de terra e ao morro em segundo plano, cria o quadro de representação de uma cidade do interior. Uma lembrança cotidiana, um local de passagem tornado memória pela mensagem fotográfica.

1930 / 1939: Na década de 1930, o conjunto das fotos posadas é constituído, em sua maioria, de fotos de passeios, lembranças familiares e ocasiões especiais.

O que predomina nas seqüências de fotos de passeio é o objeto-exterior, compondo a paisagem, associado aos objetos-pessoais, que variam de acordo com o tipo de passeio, mas mantêm uma harmonia de estilo.

Para cada espaço, uma associação diferente de objetos-exteriores, interiores e pessoais fornece o significado de lazer às situações.

No parque, o traje esporte-fino, o chapéu, a bolsa e o carro, veículo que propicia um passeio mais distante, alia-se à paisagem de árvores, chão de terra e lago, associando o lazer urbano à busca de uma vida campestre e bucólica.³⁷ Significado este também presente nas fotos que possuem o mesmo tipo de associação, sem a presença do carro.³⁸

Os lugares pitorescos da cidade como: o Jockey Clube, o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar, a Igreja da Penha ou o Copacabana Palace mudam totalmente o significado do lazer. Neste caso os objetos-exteriores são urbanos, os quais se associam ao traje passeio-completo e também a alguns objetos-interiores, tais como: cadeiras de vime, copos e garrafas, e compõem o quadro de representações de um típico passeio na cidade – visitas ao

³⁵ Fotos nº: 1b e 4b (Fazem oposição uma a outra).

³⁶ Fotos nº: 5b e 10b.

³⁷ Fotos nº: 335, 61, e 337.

³⁸ Fotos nº: 39, 70, 82, 88, 347, 111, 143, 144, 197, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379 e 380.

Cristo, um lanche no alto do Pão de Açúcar, ou no “*terrasse*” do Copacabana Palace, uma tarde no Jockey, ou ainda ir pagar uma promessa na Igreja da Penha.³⁹

As fotos de praia deste período mantêm a associação do lazer ligada à vida ao ar-livre, mais ainda do que nas fotos de parque, pois os objetos-exteriores estão totalmente desligados do universo urbano. Somente quatro fotos deste conjunto possuem objetos-exteriores que ligam a praia ao espaço urbano. São fotos de Copacabana, onde as fachadas, a calçada de pedras portuguesas, os postes e os transeuntes compõem a quadra da praia “civilizada”.⁴⁰

Nestas fotos os objetos-pessoais fornecem o tom da descontração ao momento. Tal conteúdo de descontração encontrado nas fotos de banho de mar é reforçado pela presença de objetos-interiores no espaço público, como é o caso de uma foto, na qual um narguilé aparece no meio do grupo que certamente o utilizou para descontrair um pouco mais.⁴¹

As fotos de férias, geralmente, passadas em estações de água, como Poços de Caldas, transferem a vida urbana para o campo, tomando o rumo inverso das fotos do parque. Na seqüência de fotos de férias, o universo rural é urbanizado pelos objetos-pessoais e interiores.

O traje esporte-fino impera, demonstrando a importância em se manter a boa aparência, principalmente em espaços onde ver e ser visto é a principal diversão. Do total de 38 fotos de férias, 30 são fotos de traje esporte-fino, quatro esportivas, duas de passeio-completo e duas com paisagem em primeiro plano. Os adereços não são muitos: cordão, chapéu, bolsa e revista foram os que apareceram com maior incidência.

Os objetos-interiores que fornecem um toque urbano a este conjunto são: as plantas e flores, os móveis de vime, o chão de mármore em duas cores e as colunas. Todos relacionados ao espaço do “*hall*” do hotel, ponto de encontro e convívio dos hóspedes em férias. Entretanto, somente três fotos promovem esta associação; o restante combina um traje urbano a uma paisagem rural. A única foto que apresenta harmonia na composição –

³⁹ Fotos n°: 381, 382, 331, 50, 341, 103, 109, 121 e 198.

⁴⁰ 1° Grupo: - Fotos n°: 45, 80, 81, 98, 102, 348, 141, 194 e 195.

2° Grupo: - Fotos n°: 386, 387, 394 e 395.

⁴¹ Foto n°: 348.

objeto-pessoal / objeto-externo – estão montados a cavalo, uma estrada de terra com vegetação abundante, três homens de botas, chapéu e sem gravatas.⁴²

A maior seqüência deste período são as fotos de lembrança familiar ou cotidiana, cuja denominação, bastante genérica, foi escolhida para dar conta de uma gama de fotos que não se inserem em uma categoria específica de lugar. Estas fotos produzem um sentido relacionado à memória de um momento vivido em um espaço cotidiano, que poderia ser em casa ou nos lugares vizinhos. O conteúdo de memória cotidiana é dado justamente pela associação determinada de objetos-interiores, exteriores e pessoais.

Assim, das 125 fotos posadas que receberam esta denominação específica, 56 foram tiradas em Minas Gerais e 69 no Rio.

A grande maioria das fotos de Minas, cerca de 69%, prioriza o espaço doméstico, composto pela associação de objetos-interiores com objetos-pessoais, que apontam para uma certa simplicidade caseira: janelas e portas abertas, brinquedos, bacias, tanque associam-se às roupas domésticas mais confortáveis e sem adereços.⁴³

Em alguma das fotos tiradas em casa existe uma preocupação especial com a aparência. Nelas, o espaço doméstico está representado pela entrada da casa ou jardim. Os limites com o mundo exterior, as vitrine do lar, de onde de pode ser visto de fora. Há que se lembrar que ser fotografado implica manter um compromisso com a imagem que será eternizada, podendo-se ou não desejar correr o risco de uma exposição mais desastrada. O poder da imagem intimida.⁴⁴

Outras fotos introduzem no espaço doméstico objetos-exteriores, geralmente de ligação ou limite entre o interior e o exterior da casa, tais como: um carro, uma cerca, etc.⁴⁵

As fotos de lembrança familiar produzidas no Rio permitem que se acompanhe a trajetória da família pelos espaços da cidade. Neste conjunto percebem-se dois espaços distintos: um rural e outro urbano.

Os espaço rural é caracterizado pela associação de objetos-exteriores e pessoais como: chão de terra e morros com plantação ao traje doméstico e descontraído, demonstrando que o espaço rural é considerado doméstico.⁴⁶

⁴² Foto n°: 51.

⁴³ Fotos n°: 105, 110, 114, 133, 182, 183, 433, 427, 434 e 432.

⁴⁴ Fotos n°: 75, 107, 112, 334, 132, 428, 438, 452, 455, 454, 456 e 457.

⁴⁵ Fotos n°: 182, 114 e 463.

Os espaço urbano, nesta seqüência, pode ser reconhecido pela escolha dos limites da casa como sendo o representante do espaço doméstico. Nestas fotos a associação predominante é de objetos-interiores, objetos-exteriores e objetos-pessoais.⁴⁷

A seqüência de fotos de ocasiões especial dividiu-se em: fotos de encontro de caridade, carnaval e festa junina.

Para as fotos de encontros de caridade foi encontrado um significado representando de duas formas.⁴⁸

No primeiro grupo, os pacotes, bancos de madeira, armário, chão de azulejo, paredes lisas, a cruz, a forma de assar e o pano de prato associam-se ao traje esporte-fino, às jóias e o avental, caracterizando uma situação de trabalho onde quem trabalha não pertence ao meio ao qual o trabalho está relacionado. Assim, o trabalho de caridade não faz parte do cotidiano, mas de um momento excepcional que deve ser documentado.

Do outro lado, estão as fotos do segundo grupo, que registram um encontro de mulheres, supostamente o momento do chá, o qual foi interrompido para ser eternizado. Nestas fotos, ambientadas em sala-de-estar, os objetos-interiores são excessivos e se aliam ao traje passeio-completo e às jóias. O luxo, a riqueza e a superabundância de objetos-interiores reforçam a idéia de que a caridade é um momento de exceção na vida das pessoas retratadas.

As fotos de carnaval e festa de Santo Antônio são todas ambientadas nos espaços limites da casa. Nestas fotos, os objetos-exteriores, como a barraquinha, a vegetação e fachadas, se aliam à fantasia, demonstrando que o espaço da festa popular, neste período, é ainda o espaço da rua.⁴⁹

A série B da década de 1930 possui cinco fotos: três lembranças cotidianas, uma de casamento e um retrato feminino.⁵⁰

As fotos de lembranças cotidianas fornecem a mesma interpretação da série A e o retrato feminino também, mantendo a mesma proporção na incidência de objetos-interiores, pessoais e exteriores.

⁴⁶ Fotos n°: 73, 76, 95, 118, 131, 156, 184, 188, etc.

⁴⁷ Fotos n°: 117, 406, 397, 398, 400 e 401.

⁴⁸ 1° Grupo – Fotos n°: 322 e 323.

2° Grupo – Fotos n°: 202 e 203.

⁴⁹ Fotos n°: 76, 134, 177 e 78.

⁵⁰ Fotos n°: 16b, 17b, 18b, 19b e 21b.

A única novidade é uma foto de casamento, evento que não foi registrado na série A. Nesta foto em sépia, as cortinas representam o objeto-interior, responsável pela composição da moldura do matrimônio, associando este ato ao espaço da casa.

A riqueza e o luxo estão representados na fina qualidade dos objetos-pessoais fotografados, como por exemplo: alfinete de gravata de pérola para o noivo e luvas brancas e compridas para a noiva. Associados estes dois tipos de objetos poderiam criar a seguinte tradução: uma vida no lar com luxo e riqueza.

1940 / 1949: As fotos posadas reunidas na década de 1940 formam, na série A, um conjunto de 37 fotos de passeio, 24 de lembranças familiares, quatro de batizados e primeira comunhão, uma de baile, uma de carnaval, uma de formatura, uma de apresentação artística e 16 retratos.

Nas fotografias de eventos especiais os objetos-pessoais ganham a dimensão de especialidade do momento: roupa branca, véu, luvas, terço e missal ou terno escuro com fita branca no braço para a primeira comunhão. Tais objetos-pessoais, geralmente, estão ligados a objetos-interiores também especiais, como um banco de igreja para ajoelhar-se e um vaso de mármore. Somente uma, das quatro fotos de primeira comunhão, relacionou este momento especial à própria casa: a foto apresenta um menino de pé, roupa branca, mãos postas, como se estivesse rezando, e a fachada de sua casa com as janelas abertas, como que para receber esse cristão renovado.⁵¹ Um rito de confirmação da fé que é reafirmado ao ser fotografado, protegido do tempo, da vida e da morte.

A foto de formatura deste período é uma exceção no conjunto das fotos de formatura da coleção, tanto pelos tipos de objetos que a compõem como pela opção de tamanho e enquadramento. Uma primeira diferença é a ausência da beca, a segunda é o tamanho grande da foto com o grupo em plano central e não uma foto média com o formando em plano central, como no restante das fotos. Diferenças importantes que impossibilitaram o reconhecimento do evento através da simples foto, o que obrigou um reconhecimento externo por parte da dona da coleção.

⁵¹ Foto n°: 257.

Sendo assim, nesta foto, o significado de evento especial é fornecido pelos objetos interiores associados aos objetos-pessoais, do tipo: traje passeio-completo, e adereços na composição do quadro de especialidade do evento.⁵²

Da mesma forma que a foto de formatura, a de apresentação artística foi reconhecida no período de organização da coleção. Nela não existe nenhum indício que a caracterize como uma audição de piano, mas possui vários atributos de um evento especial, tais como: flores decorativas, candelabros e quadros grandes, associados aos vestidos de gala, ao traje passeio-completo e complementos finos.⁵³

Por fim, na lista de eventos especiais, encontra-se uma foto de baile marcando o início deste tipo de foto na coleção: grande, nítida e feita por profissional. Tal foto associa o traje a rigor e as jóias aos talheres, copos de cristal, pratos, arranjo de flores e instrumentos musicais, que marcarão a coleção no próximo período (1950/1959).

Este conjunto de objetivos inter-relacionados produz significados de diversão associados à vida noturna, à iluminação artificial, a objetos finos, à música, a uma forma de divertir-se eminentemente urbana e burguesa.⁵⁴

A foto de carnaval desta década segue a mesma linha de interpretação das fotos de carnaval das décadas anteriores. Nela a fantasia se relaciona aos atributos da paisagem doméstica mais externa.⁵⁵

A seqüência de lembranças cotidianas ou familiares, da mesma forma que os outros períodos, está dividida entre Minas Gerais e o Rio de Janeiro.

Das quatorze fotos posadas que compõem o conjunto de lembranças familiares de Minas Gerais, duas foram tiradas no campo, quatro na entrada da casa, quatro nos fundos da casa e quatro na vizinhança.

Apesar de incluírem o espaço da casa na composição da imagem, apresentam muito mais objetos-exteriores do que interiores. Fachadas, cercas, postes, vegetação, morros, chão de terra e as pessoas que passam se associam no tanque, ao varal com roupa penduradas, às portas e janelas abertas, ao traje simples, sem adereços. Associação de objetos que estende o espaço do lar para toda a cidade. Um quadro típico de representação de uma cidade do

⁵² Foto n°: 274.

⁵³ Foto n°: 272.

⁵⁴ Foto n°: 276.

⁵⁵ Foto n°: 251.

interior, ao qual cabe toda numa foto pequena,⁵⁶ onde o convívio é mais estreito e onde os signos de representação do mundo urbano estão mais próximos aos da representação da própria casa. São fotos que diferem daquelas do período de 1930-1939, pois a família já não morava mais nesta cidade. Sendo assim, representa-se o que se vê e não o que se quer crer. Isto também explica a presença no período de quatro fotos dos fundos da casa,⁵⁷ casos únicos da coleção que introduzem signos de uma vida mais simples, sem luxo ou conforto. É claro que, na maior parte destas fotos, os signos de uma vida doméstica simples, está ligada à presença de uma freira.

As fotos de lembranças familiares do Rio são todas da casa, distribuídas pelo jardim, entrada e varanda.⁵⁸

A associação de objetos destas fotos indica uma forte ligação entre o espaço doméstico e o rural. O traje simples de andar em casa, o cão, as plantas do jardim, as janelas da casa e a escada de entrada se associam às vacas, aos laranjais, aos morros e à vegetação abundante na composição de um Rio de Janeiro rural. Campo Grande seria extensão da cidade mineira em que haviam morado. O movimento para o mundo urbano se processa de forma gradual, para uma certa parte da família.

Uma outra parte da família já experimentava este universo urbano na composição da casa e de sua própria apresentação. Nas fotos deste período, os objetos-interiores e pessoais são signos de um código de representação distinto do anterior. O próprio fato de se viver na cidade já indica a absorção de novas programações sociais de comportamento e, por conseguinte, de representação para esta parte da família.⁵⁹

As fotos de passeio são 43% do conjunto das fotos posadas da década de 1940, a maioria são imagens de cidades serranas.

Neste conjunto o traje esportivo, principalmente a mulher vestindo calça comprida, ou o traje esporte-fino e adereços associam-se ao ambiente campestre, compondo o quadro de lazer relacionado, mais uma vez, à vida ao ar livre, esportiva, diurna e exclusiva a uma determinada classe social.⁶⁰

⁵⁶ Foto nº: 242.

⁵⁷ Fotos nº: 255, 260, 264 e 270.

⁵⁸ Fotos nº: 233, 235, 239, 245, 246, 248, 249, 256, 467, 468, 469 e 470.

⁵⁹ Foto nº: 273.

⁶⁰ Fotos nº: 208, 209, 211, 212, 215, 216, 217, 218, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 228, 229, 230, 323, 238, 210, 214, 213, 219, 220, 224, 243, 248, 261 e 291.

Do restante das fotos de passeio, quatro são fotos em São Paulo e três no Rio de Janeiro.

Dentre as fotos de São Paulo, uma é postal e as outras três são fotografias de grupo. No postal, a imagem é composta por signos exclusivamente urbanos, caracterizados pelos objetos-exteriores.⁶¹ As outras três fotos forma tiradas num parque onde o lago e a vegetação abundante estão associados ao traje simples, mas bem cuidado, ao hábito de freira, a um prato e a um pedaço de pão. Esta associação produz o significado de um passeio especial, provavelmente um piquenique, que foge ao padrão das fotos de passeio da coleção. Nesta seqüência, mais uma vez, a presença de uma freira vem acompanhada de signos de simplicidade e despojamento. Um campo de significados que também não é comum na coleção.

As fotos do Rio são: uma de um parque e duas de praia. No foto do parque são feitas as mesmas associações da década anterior, ou seja, traje passeio-completo e adereços com a natureza ao fundo compondo o quadro do lazer urbano associado à vista ao ar livre.⁶²

Nas duas fotos de praia, que finalizam a seqüência de passeio, os objetos-exteriores, como: árvore, pedra, mar, areia e fachadas de casas associam-se ao traje de banho simples, sem mais adereços. Mais uma vez, o lazer aparece associado à vida ao ar livre; contudo, em uma das fotos, a presença das fachadas das casas já indica a integração da praia ao universo de representação do mundo urbano.

Finalizando a lista de fotos posadas da série A, relativas à década de 1940, estão os retratados: quinze com o fundo liso e com o fundo pintado.

Das quinze fotos de fundo liso, dez são pequenas e cinco médias. As pequenas são todas tamanho 3 X 4, sem objetos-interiores, mas com vários objetos-pessoais. Mais fácil de ser reproduzido e de ser guardado, o retrato 3 X 4 amplia a sua participação na coleção familiar, substituindo com isso o cartão postal na troca de imagens entre os membros da família. Devido ao fato de seu tamanho e formato estarem vinculados, já nesta época, à idéia de identificação, por sua presença nas carteiras de identidade, passaportes, carteiras de agremiações e clubes, a sua participação em uma coleção familiar aponta para o importante

⁶¹ Foto n°: 267.

⁶² Foto n°: 234.

papel que a fotografia cumpria na identificação de seus pares. Daí este tipo de foto estar sempre acompanhada de dedicatória.⁶³

As cinco fotografias médias estão em formato postal e possuem adereços. Os objetos-interiores escolhidos para o arranjo se associam ao traje passeio-completo, na composição de uma imagem que insiste em se manter sempre igual. O mesmo pode ser dito para a foto com fundo pintado. Em ambos o caso, foi apresentado uma composição de objetos que vem se repetindo ao longo da coleção, criando um padrão de retrato em estúdio.⁶⁴

As fotos da série B desta década são todas de momentos especiais: um baile, uma primeira comunhão e dois casamentos.

Entre as fotos de casamento, uma foi tirada em casa, sendo composta pelos seguintes objetos-interiores e pessoais: parede branca e lisa, flores, vestido de noiva e traje passeio-completo. Uma imagem objetiva, sem nuances, onde os objetos cumprem o seu papel exclusivo de representação de uma vida simples e discreta.⁶⁵ A dedicatória que acompanha a foto indica que o casal pertence à parte mais afastada do núcleo familiar.

Já a outra foto foi tirada em estúdio com fundo pintado, cujo motivo é o altar de uma igreja, associado às flores, vestido de noiva e traje passeio-completo. A entrada do fundo pintado na composição do arranjo acirra o caráter artificial da foto, que se torna o simulacro de um evento. Representa-se o que não pode ser vivido.⁶⁶ Sua dedicatória demonstra que esse casal não faz parte da família, ligando-se a ela por laços de compadrio.

Na foto de primeira comunhão desta série, os objetos-pessoais são os mesmos das fotos da série A. Nela, a idéia de pureza é reafirmada pela presença de imagem da Virgem Maria com o menino Jesus, acentuando com isso o valor simbólico dos objetos neste tipo de foto.⁶⁷

Por fim, a foto de baile é um retrato grande de uma menina trajada de vestido longo, com luvas de renda, arranjo de fita no cabelo e gargantilha de veludo com uma medalhinha de ouro. Associados a esses objetos-pessoais, que indicam um momento especial ligado ao

⁶³ Fotos nº: 237, 241, 247, 367, 366, 368, 369, 370, 371 e 375.

⁶⁴ Fotos nº: 250, 258, 254, 261, 362; com o fundo pintado: 363.

⁶⁵ Foto nº: 22b.

⁶⁶ Foto nº: 23b.

⁶⁷ Foto nº: 24b.

luxo e à necessidade de uma boa apresentação, estão objetos-interiores, que não alteram o significado expresso pelos objetos-pessoais.⁶⁸

1950 / 1959: Na década de 1950, cerca de 68% das fotos são de passeio e ocasiões especiais. Entretanto, ao contrário dos dois períodos anteriores, são as fotos das ocasiões especiais que predominam neste conjunto. Tendência apresentada tanto na série A como na série B.

Na série A, as fotos posadas fora do estúdio estão distribuídas de acordo com o seguinte quadro:

Descrição das Fotos	Quantidade
Fotos de Baile	9
Fotos de Carnaval	5
Fotos de Batizado	1
Fotos de Chá de Caridade	2
Fotos de Passeio	2
Fotos de Lembrança Familiar	5

As fotos de baile, uma novidade em termos de imagem que foi iniciada no período anterior, associam objetos-pessoais, característicos de uma alta classe social aos objetos-interiores presentes em espaços públicos ou que podem ser deslocados para o setor mais externo da casa, como o jardim.

É importante ressaltar a prioridade do objeto-pessoal sobre o objeto-interior – fato explicado pelo tipo de enquadramento: a figuração em primeiro plano e no centro da foto; pela utilização do “flash” que direciona a luminosidade para o objeto central, escurecendo os demais e, por fim, por uma decoração padronizada para as festas, composta pela seguinte seqüência de objetos: cadeira, mesa, toalha e serviço de mesa (copo, prato e talher).

A padronização de objetos interiores, a escolha da pessoa como objeto central de foto e, por conseguinte, uma certa abundância de objetos-pessoais revela que o ambiente é

⁶⁸ Foto n°: 25b.

criado por quem o frequenta. Os significados de luxo, riqueza e consumo de objetos foram definitivamente deslocados do ambiente para a figuração.

Em fotos de outros tipos de festa, como as de carnaval, a associação de objetos também se modificou em relação aos períodos anteriores.

Na década de 1950, a associação predominante é o objeto-pessoal, representado pela fantasia com objetos-interiores. No conjunto das fotos posadas de carnaval, somente uma associa a fantasia a objetos-exteriores, como o carro, a vegetação, o gramado e transeuntes. As combinações de objetos indicam que a representação do carnaval, nesta coleção familiar, desloca-se do espaço privado da casa para o espaço privado dos clubes.

Mais uma vez, a associação de objetos que representam o carnaval nega as raízes populares desta festa. Assim, apesar de reconhecer o caráter público do carnaval, a burguesia distanciou-se gradativamente da rua, o espaço do convívio múltiplo, à medida que o confinava aos salões dos clubes exclusivos.⁶⁹

A foto de batizado, apesar de estar imbuída de valores semelhantes aos das fotos de primeira comunhão, é representada de forma diferente. Os objetos-pessoais, como o traje esporte-fino, adereços e a tradicional bata branca de batismo estão associados à fachada da igreja. A falta de objetos interiores que simbolizassem os valores cristãos é suprida pela igreja, ícone que concentra tais valores, de acordo com o quadro cultural, no qual o grupo que compôs a imagem está inserido.⁷⁰

A seqüência dos eventos especiais da série A é concluída por duas fotos denominados de chá de caridade pela própria dona das fotos durante a sua organização. Ambas não apresentam nenhum objeto-interior que caracterizasse tal situação, mas apresentam objetos-pessoais que contribuem para a interpretação dessas imagens.

Na primeira foto⁷¹, numa pequena escada de mármore, com colunas brancas e porta de vidro e ferro ao fundo. Estão vestidas todas de negro com aventais brancos e carregam vários adereços. Analisando-se este conjunto de objetos relacionados, percebe-se que os objetos exteriores estão indicando a fachada de um lugar de requinte e exclusividade, dados pela escolha arquitetônica. Já os objetos-pessoais associam o avental, digno índice de atividade de trabalho doméstico, às jóias finas. A imagem composta por estes objetos cria a

⁶⁹ Fotos n°: 312, 313, 289, 284 e 282.

⁷⁰ Foto n°: 319.

⁷¹ Foto n°: 308.

representação de um evento fora da rotina diária, onde a caridade está associada ao luxo dos ambientes exclusivos e distantes daqueles que são seu objetivo: os pobres.

A outra foto⁷², segue a mesma linha de composição, promovendo a associação de objetos-pessoais, com objetos-interiores, ambos repletos de significados de luxuosidade. Nesta, como na outra foto, a representação da caridade aparece ligada à riqueza e ao conforto, valores inadequados para a representação da pobreza para a qual a ação caridosa está voltada. Nesse sentido, ao retratar a caridade, desloca-se à atenção das condições reais da vida das classes populares para a representação da vida de uma burguesia que vive de imagens para se convencer da sua diferença e reiterá-la, em relação ao resto da sociedade.

As duas únicas fotos de passeio estão em formato postal e foram feitas fora do Rio. Ambas reúnem objetos-exteriores, relativos ao universo urbano, com objetos-pessoais de finos tipos. Associam o lazer ao espaço urbano, ao clima frio e distante da cidade. Uma nova representação de lazer distinto dos períodos anteriores.⁷³

As fotos de lembranças familiares ainda guardam a antiga distinção entre Minas e Rio. Entretanto, as fotos de Minas Gerais diminuem, sobremaneira a sua incidência. Ficou reduzida a uma foto que reúne objetos-pessoais, como roupa esporte-fino, com objetos-exteriores que caracterizam o quadro típico de uma cidade do interior. A dedicatória indica que esta é uma lembrança cada vez mais remota na vida da família.⁷⁴

As fotos do Rio forma tiradas em ambientes interiores caracterizados pela economia de objetos, tanto interiores como pessoais. Em todas as fotos, a cadeira de vime e as paredes brancas e lisas estão associadas a roupas domésticas com poucos adereços e a uma expressão descontraída e descerimoniosa.

Aos poucos, as fotos de lembranças familiares ou cotidianas entram na normalidade do dia-a-dia, do momento vivido e da lembrança querida que se quer preservar do tempo e da morte. Revive-se o passado através de imagens tão naturais.⁷⁵

O restante das fotos posadas são retratos. Num conjunto de treze retratos, doze foram tirados em estúdio com fundo liso e três fora do estúdio.

⁷² Foto n°: 317.

⁷³ Fotos n°: 278 e 279.

⁷⁴ Foto n°: 295.

⁷⁵ Fotos n°: 290, 292, 357 e 359.

Das fotos posadas em estúdio, três estão em formato postal, quatro em tamanho 3 x 4, duas em formato retangular. Em todas as fotos não constam objetos-interiores, mas objetos-pessoais. Estas imagens produzem uma mensagem direta, tomando a figura como argumento principal, reforçada pelo fato de todas as fotos possuírem dedicatória. A mensagem é clara e poderia ser traduzida na seguinte frase: *‘Eu te dou a minha imagem para que não te esqueças’*.⁷⁶

A outra foto em estúdio em tamanho grande também não possui objetos-interiores devido à opção de enquadramento, só apresenta o rosto. A escolha de objetos-pessoais fina reproduz o padrão do retrato até agora vigente na coleção. Neste a representação de luxo e da riqueza ocupa o lugar da memória. Um retrato distinto daqueles outros desta mesma época.⁷⁷

Os três retratos de fora do estúdio estão ambientados nos espaços nobres da casa: na varanda, no escritório e no jardim.

A primeira foto⁷⁸ foi produzida em dois tamanhos, um médio e outro grande. Nos dois tamanhos o enquadramento foi quase o mesmo, porque na foto maior a objetiva fecha no centro, deixando de fora detalhes que estavam contidos na foto média, tais como: aspectos da decoração ou a mão, próximo à criança fotografada. Este tipo de recorte é feito no momento da ampliação da foto e indica que a intervenção do fotógrafo não se limita à hora de bater a chapa.

Em tal foto, o conjunto de objetos compõe o quadro de representação de um evento especial, que permite ser identificado como uma festa de aniversário. É importante ressaltar que a representação de um evento através do retrato é uma novidade na coleção e indica uma mudança no padrão estético da foto.

A outra foto posada está em tamanho grande e é formada por um arranjo de objetos-pessoais como: traje passeio-completo e óculos com objetos-interiores como: livros, papéis espalhados, mesa e cadeira de madeira. Tal arranjo compõe o quadro de representação de trabalho intelectual; associado à imagem está um autógrafo: *‘Brigadeiro Eduardo Gomes’*. Cria-se a representação do homem letrado, voltado para o trabalho através da mensagem

⁷⁶ Fotos n°: 283, 285, 286, 287, 296, 297, 299, 472 e 473.

⁷⁷ Foto n°: 293.

⁷⁸ Foto n°: 298.

composta pelos objetos, tornados signos, e assina-se embaixo para certificar-se da identificação total da representação.⁷⁹

Por fim, a foto⁸⁰, tirada num jardim, reúne objetos-exteriores que, associado ao traje esporte-fino e ao colar de pérolas, criam a representação de um estilo de vida, onde o luxo e a riqueza são expressos através da aparência bem cuidada e da sobriedade na escolha dos objetos. A imagem é mais sutil, mas nem por isso menos eficaz na mensagem que pretende transmitir.

A série B, na década de 1950, reúne o maior número de fotos de ocasiões especiais, distribuídas da seguinte maneira: seis retratos, três fotos de baile, uma de carnaval, cinco de apresentação artística e duas de formatura.

Dos seis retratos, dois foram tirados na rua, três em estúdio e um em casa.⁸¹

Em ambos os retratos tirados na rua, a opção de enquadramento foi a de rosto inteiro, reduzindo o espaço dos objetos ao mínimo possível: uma fachada e um traje simples. Nestas imagens, como nas do mesmo tipo da série A, a mensagem é direta e totalmente ligada à pessoa retratada. Com isso busca-se preservar algo de sólido da imaterialidade da lembrança. A foto, suporte material da imagem, possibilita essa transferência, pois, ao se guardar um retrato, guarda-se também um pouco da pessoa.

A utilização da fotografia como forma de preservação da imagem, que resiste ao tempo e a morte, é uma necessidade que foge ao controle das ideologias e existe enquanto forma de sobrevivência do ser na cultura contemporânea. Não se fotografa somente para representar valores sociais, antes de tudo, o ato de fotografar e ser fotografado é uma atitude diante da vida e da morte.

Nas fotos produzidas em estúdio a economia de objetos é confirmada. No retrato de rosto masculino, em tamanho médio, o traje passeio-completo é o único objeto na composição fotográfica. Já nas duas outras fotos, ambas de criança em tamanho grande, a presença de brinquedos e um banco com motivos infantis apontam, mais uma vez, para a padronização do retrato em estúdio em torno de determinados objetos; no caso da fotografia infantil, o telefone de brinquedo é um exemplo. A associação feita visa a recriar o ambiente doméstico no estúdio que, mais uma vez, só ocorre como simulacro.

⁷⁹ Foto n°: 316.

⁸⁰ Foto n°: 471.

⁸¹ Fotos n°: 27b, 31b, 38b, 39b, 41b e 34b.

A última foto desta seqüência é o retrato de uma família, cujo conteúdo de representação da condição social é reafirmado, desta vez, através do arranjo de objetos. Na foto, os objetos-pessoais estão associados aos objetos-interiores. Esta associação fornece o conteúdo de conforto ligado ao luxo e à riqueza – o quadro típico da família burguesa da década de 1950.

Uma outra seqüência que apresenta também um grande número de fotos no período é a de apresentação artística. São quatro audições de piano e um desfile de moda.

Em todas as fotos de audição de piano, ⁸² o instrumento está rodeado de arranjos de flores e o fundo está escuro, devido à utilização do “*flash*”. Nestas fotos, os objetos-pessoais estão representados por trajes a rigor ou passeio-completo. Os objetos organizados no arranjo fotográfico criam a representação de mais um momento especial que é introduzido na vida da família, momento este que fica associado a uma qualidade que requer aprendizado e dedicação para ser desenvolvida. Seria ingênuo afirmar que o aprendizado de piano está ligado a um estilo de vida burguês; entretanto, na cultura em que esta foto foi produzida, só tinha acesso a instrumentos musicais, como o piano, aquele que pertencesse a uma determinada classe social que lhe dava acesso a bens de consumo mais caros, ou então, quem apresentava aptidões musicais excepcionais, e a família, compreensiva, se esforçava em desenvolvê-la. Portanto, estas fotos de audição possuem um conteúdo de representação de valores sociais inerentes a uma vida com padrão de consumo bem elevado.

A foto de apresentação artística que conclui a seqüência é a foto de um desfile da Fábrica Bangu. Nela os objetos-pessoais desfilam livres sob o olhar atento da platéia. Pura exposição de objetos para serem consumidos pelo público. Assim, deslocado da relação para com a pessoa que o utiliza, o objeto-pessoal assume o seu valor estrito de mercadoria.

As fotos de baile da série B ⁸³ apresentam todas objetos-pessoais finos associados aos objetos-interiores padronizados para este tipo de ocasião, apontando para o ambiente de exclusividade dos clubes. É claro que existe uma diferença em torno do padrão destes objetos que pode ser observada na comparação de duas fotos. ⁸⁴

⁸² Fotos n°: 35b, 36b, 37b e 42b.

⁸³ Fotos n°: 26b, 28b e 40b.

⁸⁴ Fotos n°: 28b e 26b.

Na primeira, o brilho dos tecidos, a decoração requintada e a opção pelo fraque, ao invés do “smoking”, fornecem o conteúdo de ainda maior exclusividade.

Concluindo a série B da década de 1950, estão duas fotos de formatura⁸⁵ e uma de carnaval.⁸⁶

As fotos de formatura foram ambas tiradas em estúdio. Na mais antiga, a beca branca e o brinco de pérola associam-se ao fundo branco do estúdio. Na outra, a beca preta, os brincos, o anel de grau e a aliança de noiva associam-se ao fundo escuro e à cadeira de madeira trabalhada. Como as fotos são de mesma pessoa, as variações de claro e escuro e dos objetos-pessoais contribuem para que sejam associados à segunda foto os valores de maturidade e responsabilidade, relativos a uma nova condição de vida como profissional e como mulher.

Por fim, a foto de carnaval associa a fantasia à fachada do clube, reafirmando com isso as conclusões tiradas para as fotos do mesmo tipo na série A.

Até agora se trabalhou exclusivamente com fotos posadas, por reconhecer-se nestas um espaço privilegiado para a avaliação do valor simbólico dos objetos; pois, como já foi dito, o arranjo é intencional e o preparo da foto é feito com um certo cuidado. Além disso, existe uma desproporção entre o número de fotos posadas e instantâneas, cabendo a este último tipo uma participação reduzida no conjunto da coleção, cerca de 7,5% na série A e 2,5% na série B.

Embora em número reduzido, a medida do tempo, no instantâneo fotográfico, possibilita o surgimento de uma linguagem visual mais ágil, comprometida com “*o que realmente aconteceu*” ou com “*ninguém estava esperando*”. Nestas fotos, o espaço é captado, no aqui e agora; o acontecimento é privilegiado em relação à representação deste mesmo momento. O espaço instantâneo é o espaço desordenado, fora do controle, tanto do objeto fotografado como do fotógrafo, pois é o inesperado que deve ser controlado e tornado imagem, aprisionando a surpresa, tornando-a uma representação a mais. Sendo assim, o espaço onde o instantâneo é tirado indica o espaço mais adequado a criar novos comportamentos.

Do conjunto de 29 fotos instantâneas, a distribuição espacial foi a seguinte:

⁸⁵ Fotos n°: 32b e 33b.

⁸⁶ Foto n°: 30b.

FOTOS INSTANTÂNEAS SÉRIE A E B

	CASA	RUA	FESTA	TRABALHO
1900-1929		15,16,31		11 B
1930-1939	117,149	101, 346, 121, 337, 173		
1940-1949	365, 353, 352	372,361	274, 277, 265	
1950-1959		288	280, 300, 301, 302, 309, 320, 321, 318, 281	

Nas fotos instantâneas o espaço exterior é privilegiado. A rua e a festa concentram cerca de 80% das fotos, sendo que, o espaço da rua é o único que está presente em todos os períodos.

Os objetos-exteriores são os principais componentes das fotos instantâneas ambientadas no espaço público, combinados, com o traje passeio-completo, e adereços, compõem o quadro da vida urbana da cidade do Rio de Janeiro na década de 1920. O consumo se associa ao lazer, aos passeios na Avenida Rio Branco – a passarela da cidade – onde se compravam produtos e se vendia uma imagem.

A curva da Praia de Copacabana vista do Copacabana Palace, produz uma imagem plena de significados de lazer e bem viver, em que se encontram relacionados todos os atributos da vida moderna ⁸⁷ e em destaque, duas senhoras com trajes finos tomando chá em bules de prata, na sacada do hotel mais “chic” do Rio. Vive-se bem, vive-se na cidade, um espaço instituído por este grupo determinado.

Entretanto, a rua, nesta coleção, não está composta somente de objetos-exteriores do tipo urbano. A vegetação abundante, a areia e o mar fazem parte deste espaço público sempre associado ao lazer.

Nas fotos de festa, a seqüência de objetos não é muito diferente da foto posada. Com a maioria das fotos instantâneas deste tipo concentram-se nos anos 50, época em que o estilo da crônica fotográfica das revistas já havia sido assimilado pelos fotógrafos

⁸⁷ Foto n°: 121.

profissionais, o que vale é a pose de quem foi fotografado. Sendo assim, o que fica registrado é o gesto, a ação e o momento.

Em casa, as fotos instantâneas são compostas por poucos objetos, porque nelas o que também conta é o momento da ação, muito mais do que o arranjo, fotografa-se a vivência; daí o seu caráter de pura lembrança.

A série B apresenta a única foto instantânea que retrata o tema trabalho, localizada na década de 1920. Nela os objetos-interiores e pessoais estão presentes como índices de um determinado ambiente e de uma determinada atividade inter-relacionados e dispostos de maneira usual. Este tipo de foto permite que se reconheça o valor de uso de determinados objetos que, numa foto posada, poderiam estar associados a um outro tipo de representação.

Em realidade, a fotografia instantânea nesta coleção familiar, no que diz respeito ao espaço dos objetos, acaba por reafirmar as conclusões obtidas através das fotos posadas. Apontam para o fato de que as representações sociais, criadas através dos objetos, sobrevivem aos “clics” da máquina fotográfica e persistem no cotidiano de cada membro da família como integrantes de uma determinada classe social.

Assim os objetos associam-se ao espaço-tempo da ação, fornecendo o significado do grupo social àquele evento. Tal significado, no conjunto mais amplo da cultura de uma sociedade, pode ser reproduzido por outros grupos que se submetem ao grupo dominante na dinâmica social. No entanto, é via de regra como simulacro, como a imposição de uma linguagem sobre a outra. Embora existam outros casos onde essa assimilação se expressa através de uma representação desfigurada, que na realidade, revela mais resistência do que uma submissão.

3.3.4 – O ESPAÇO DA FIGURAÇÃO

São considerados componentes do espaço da figuração: homens, mulheres, crianças e animais. Figuras que possuem uma relação ativa com o espaço, estruturando-o. Com isso, criam vivências, memórias e representações através das mensagens que emitem.

O espaço da figuração é de natureza heterogênea. Os itens que compõem o enquadramento auxiliam a compreensão desta natureza heterogênea, ao caracterizar a

importância de determinadas figuras e a relação entre elas na estruturação dos campos de significação.

Assim, nesta coleção, percebe-se a existência de uma representação dicotômica do espaço da figuração entre: grupo e indivíduo, feminino e masculino, adulto e criança.

Cada um desses campos de significados estrutura-se na mensagem fotográfica de uma maneira, o que permite a variação da própria mensagem e a produção de quadros de representação diversos.

A) Relação entre Grupo e Indivíduo

Em 88% das fotos da coleção, a figura humana aparece em primeiro plano. Neste conjunto, cerca de 36,5% são fotos individuais e 63,5% coletivas.

A proporção de incidência de fotos individuais e coletivas, por décadas, apresentou a seguinte variação, tomando-se como referência o conjunto das 513 fotos que formam a coleção:

Anos	Indivíduo	Grupo
1900 / 1929	48%	52%
1930 / 1939	30%	70%
1940 / 1949	31%	69%
1950 / 1959	42%	58%

As fotos coletivas possuem enquadramento horizontal, na direção central, com o grupo em plano central organizado em semicírculo – opções que concedem às representações coletivas os significados de estabilidade, união e harmonia. Atributos que o grupo familiar reunia na composição da imagem da família ideal.

A tradicional fotografia da família, com todos os seus integrantes reunidos, a dupla ou o grupo de amigos, o casal e ainda adultos acompanhados de crianças são variações em torno deste espaço coletivo. A sua localização variava entre os locais que compõem o espaço geográfico, na seguinte proporção:

Grupo	1900 / 1929	1930 / 1939	1940 / 1949	1950 / 1959
Estúdio	9	6	3	-
Casa	9	72	14	11
Parque	3	46	13	3
Rua	6	36	6	3
Hotel	-	4	15	-
Praia	3	16	3	-
Igreja	1	6	2	2

Grupo	1900 / 1929	1930 / 1939	1940 / 1949	1950 / 1959
Clube	1	1	3	14
Escola	-	2	1	-
Navio	1	-	-	-
Campo	-	8	1	-
Escritório	1	-	-	-

Nas dias primeiras décadas o espaço artificial, representado nas fotos de estúdio, coincide com o espaço interior das fotos em casa. Em todas o traje escolhido foi o passeio-completo com adereços em jóias, ao gosto das melindrosas e das almofadinhas. E para o ambiente, um arranjo bem cuidado de objetos interiores.

Assim, as fotos coletivas deste período visam a criar representações de luxo: conforto, abundância, estabilidade e união associadas tanto às pessoas, através das fotos de estúdio que evidenciam a figuração, como ao ambiente doméstico em que vivem, através da composição do espaço da casa com a presença maciça de objetos-interiores e da escolha do traje passeio-completo. O grupo e a casa são pontos de referência e segurança.

Este é o período de estabelecimento da família no seio da camada enriquecida da população carioca, ao mesmo tempo em que chega o momento de se registrar um passado para o futuro da família de imigrantes. A memória construída através da mensagem fotográfica possibilita tal transferência, como de fato o fez, pois ao tentar localizar os lugares, reconhecer as pessoas e datar as fotos, juntamente com Sra. Marina, a impressão do passado tornado presente em seus olhos foi indubitável.⁸⁸

Na década seguinte, a família se desprende da casa. Liberando-se, descobre espaços de lazer onde o grupo pode ver e ser visto.

As fotos de estúdio, proporcionalmente, diminuem bastante e as fotos do lar são ultrapassadas pelo total de fotos no espaço exterior. É tempo de conquistarem novos espaços de representação, de descobrirem lugares para travar novos contatos e de se estabelecerem como membros ativos desta burguesia carioca.

A indumentária abandona o ar formal e assume tons mais esportivos, como ditava a moda dos figurinos para os ambientes mais campestres ou para os momentos de lazer doméstico, sem, entretanto, abandonar a preocupação extrema com a boa aparência.⁸⁹

⁸⁸ Fotos n°: 329, 23, 27, etc.

⁸⁹ Fotos n°: 339, 344, 61, 88, 102, 347, 348, 121, 150, 175, 473, 474, 475, etc.

Nos anos 40, a opção por representar o grupo nos espaços de lazer associados a uma vida “chic” e informal permanece. No entanto, é neste período que surgem as primeiras fotos de festas em clubes, onde o grupo se estende ao convívio ampliado com a sociedade em busca de seus iguais. Uma troca de olhares e imagens que faz com que todos se reconheçam como um único grupo de uma classe vitoriosa: o grupo de imigrantes libaneses bem sucedidos.⁹⁰

Esta representação é predominante na década de 1950, pois todas as fotos coletivas da casa e do clube estão associadas ao ambiente luxuoso das festas de gala, dos jantes dançantes, das comemorações da empresa e das reuniões de caridade. O espaço doméstico das lembranças cotidianas se torna cada vez mais reservado e termina por desaparecer no estilo jornalístico das fotos desta década. Como já foi dito, nesta época, o objeto da foto se transfere do ambiente para a ação. Assim, busca-se retirar da vida a melhor imagem que ela pode oferecer: é a memória da família empreendedora que nos anos 50 atinge o auge do seu sucesso.⁹¹

Contraopondo-se às imagens do grupo estão as imagens do indivíduo. Sempre verticais e centrais, elas veiculam significados de ação e ascensão. São os cartões de visita do imigrante empreendedor na sua tarefa de conquistar seu novo mundo. Entretanto, não se limitam a estes significados, visto que, deslocadas do seu tempo, a fotografia individual, em grande parte acompanhada de dedicatória, adquire o valor de relíquia, de um objeto precioso pelo qual se tem estima e apreço. É a materialização do que já foi, a lembrança tornada viva ao súbito olhar. Guardar retratos e fotos de pessoas queridas que já morreram é fazer com que parte delas sobreviva à morte. A morte imposta pelo tempo que consome o corpo, mas também a imagem.

Ao permitir que uma foto se destrua, decreta-se a morte definitiva daquelas imagens-memórias que mantêm vivo um olhar, um sorriso ou uma beleza.

No conjunto desta coleção, as fotos individuais foram ambientadas nos seguintes espaços:

⁹⁰ Fotos n°: 276 e 277.

⁹¹ Fotos n°: 280, 300, 301, 304, 305, 314, 317, 318, etc.

Individuais	1900 / 1929	1930 / 1939	1940 / 1949	1950 / 1959
Estúdio	20	13	14	17
Casa	5	49	15	2
Parque	1	8	4	-
Rua	3	3	1	3
Hotel	-	3	2	-
Praia	-	7	-	-
Igreja	-	-	3	4
Clube	-	-	1	5
Escola	-	-	-	-
Campo	-	1	1	-

Diversamente das fotos coletivas, a fotografia individual tem como ambiente prioritário o espaço interior, tanto da casa como dos estúdios.

Composta na sua maioria por retratos, a coleção de fotos individuais das duas primeiras décadas deste século atua como índice de uma época cujo enriquecimento rápido devia ser sustentado por um conjunto de imagens que o demonstrasse.

O indivíduo em trajes finos ou significativos, como a farda ou a beca de formatura, publica a sua imagem de agente empreendedor de um novo tempo. Essa imagem circula da cidade para o campo, devolvendo ao lugar de origem o resultado do trabalho lá realizado. O grupo se convence da vitória do indivíduo.⁹²

Nas décadas subseqüentes, a ambientação permanece; o que muda é a composição estética da foto individual. A peça de publicidade familiar assume aos poucos sua dimensão de memória afetiva, à medida que diminui a quantidade de adereços e a objetiva aproxima-se do rosto.

São fotos 3 X 4 ou grandes com enquadramento centrado na face, ou ainda, médias tipo postal com trajes passeio-completo, mas fundo liso. Imagens objetivas onde não se quer transmitir pura e simplesmente uma condição social que necessita de confirmação. É, acima de tudo, a representação de uma condição adquirida entre os iguais, que não necessita mais de índices que a descrevam.⁹³

⁹² Fotos n°: 2, 5, 8, 323, 325, 330, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 31, etc.

⁹³ Fotos n°: 146, 189, 201, 48, 424, 250, 472, 471, 287, 473, 287, 293, 119, 46, 48, 42, 334, 345, etc.

B) *Relação entre Espaço Feminino e Espaço Masculino*

Em toda a coleção e em cada período, a figura feminina foi a mais expressiva, aparecendo 319 vezes contra 168 da figura masculina.

Do conjunto de fotos femininas, somente em 45 a mulher aparece sozinha. No restante do conjunto, ou estão organizadas em grupos femininos ou acompanhadas de homens e de crianças. Por detrás da objetiva da câmera está sempre um olhar masculino pronto a registrar um sorriso ou uma lembrança. Através da fotografia, a mulher exerce a sua sutil dominação. Não foi sem motivo que uma mulher manteve reunidas todas essas fotos.

A figura feminina freqüenta todos os espaços desta coleção de forma predominante. Aparece em plano central em 22% das fotos. Com efeito, não existe um lugar onde ela não apareça, mas a sua figura está associada, na sua grande maioria, aos diferentes espaços de diversão e aos espaços domésticos mais nobres, ou seja, a sala, a varanda e o jardim. Principalmente porque esta coleção cobre de maneira exclusiva, a camada aburguesada da cidade que, apesar de manter vínculos com o universo rural, se estabelece com segurança na cidade. Sendo assim, a mulher desta classe era eximida do trabalho diário, a não ser na gerência da casa. Entretanto, como a coleção prioriza os espaços de sociabilidade pública, o trabalho feminino simplesmente inexistia.

É importante ressaltar que nas doze vezes que aparece a figura do empregado, somente em quatro vezes a figura é feminina: a primeira é a catadora de café na década de 1920; a segunda é uma empregada carregando pratos nos anos 40; a terceira é uma moça, quase menina, ajudando a dar milho para as galinhas na mesma época; e a última é de uma vovó escrava, com 101 anos, que costumava freqüentar a casa de Providência, ajudando nos afazeres domésticos – fotos dos anos 30.⁹⁴

No restante das fotos são os homens que ocupam o lugar de empregados, na forma de “*chauffers*” e garçons.⁹⁵

A preocupação em compor uma imagem de boa aparência fica evidente nas fotos femininas, já que nestas fotos a indumentária possui mais adereços. São bolsas, chapéus,

⁹⁴ Fotos n°: 6b, 365, 467 e 182.

⁹⁵ Fotos n°: 276, 310, 318, 28b, 277, 404, 412 e 336.

vestidos finos e sapatos altos que, se no início do século XX, possuíam um certo exagero, na década de 1950, têm seu número reduzido, pois a sobriedade passa a dar o tom à elegância.⁹⁶

Para cada lugar um traje diferente que indica um estilo de vida e uma maneira de ser. Em todas as imagens de coleção, mantém-se uma relação clara entre espaço e indumentária, estabelecida através de um código de comportamento que permite pouca variação em torno do padrão dominante. Este pode ser estabelecido nos seguintes campos semânticos:

- *Traje de gala:*

Espaço externo (festas e recepções):

- Representação coletiva.
- Convívio público.

Espaço artificial (foto de estúdio):

- Representação individual.
- Convívio público.

- *Traje Passeio Completo – Esporte Fino:*

Espaço externo (lazer).

- Representação coletiva.
- Convívio público.

Espaço artificial.

- Representação coletiva.
- Convívio público.

- *Traje Esporte Fino:*

Espaço interno (casa: jardim, varanda e sala).

- Representação coletiva.
- Convívio familiar.

⁹⁶ Fotos n°: 1b e 305.

- *Traje Esportivo:*

Espaço externo (lazer).

- Representação coletiva.
- Convívio público.

Espaço interno (casa: jardim, varanda e entrada).

- Representação coletiva.
- Convívio familiar.

- *Traje Doméstico:*

Espaço interno (casa: quintal e fundos).

- Representação coletiva.
- Convívio familiar.

- *Trajes Especiais:*

Espaço externo.

- Representação individual.
- Convívio público.

Espaço artificial.

- Representação individual.
- Convívio público.

Nas fotos onde aparece a figura feminina, só e acompanhada, a relação indumentária e espaço estruturou-se da seguinte maneira:

Nos anos 10 e 20, o traje passeio-completo predomina, estando associado às fotos em estúdio e aos passeios na Avenida Rio Branco.⁹⁷ Este tipo de traje difere do esporte fino pela maior formalidade da indumentária composta por roupas com o corte mais cuidado e por uma quantidade maior de adereços, tais como: jóias, chapéus com plumas, casaco de pele, luvas, bengala, chapéu de Panamá, etc.

O traje esporte fino, presente em uma variedade maior de ambientes, permite que se mantenha a boa aparência com conforto, devido a maior simplicidade de adereços. Daí a sua presença relativamente grande dentro de casa.

O vestido de noiva aparece neste período, principalmente nas fotos da série B. Fato que indica o tratamento especial dado às fotos de casamento que eram organizadas em álbuns especiais ou preparadas com encarte exclusivo.

No estúdio ou na casa, o vestido de noiva reafirma a vocação da mulher burguesa do período: o casamento.

Os trajes domésticos deste período estão associados principalmente ao trabalho, pois a única foto que o apresenta é de trabalhadores rurais no armazém de café.⁹⁸

Na década de 1930, o traje esporte fino relacionado aos espaços públicos de lazer supera, em grande medida, o traje passeio completo. Ao mesmo tempo, o conjunto dos espaços retratados pelo grupo é ampliado. Tal tendência reafirma que a representação do estilo de vida burguês, ligado ao enriquecimento material, obedece a regras de codificação que relacionam espaço a indumentária. Assim, à medida que se aumenta o número de lugares associados ao lazer campestre ou às atividades mais variadas, a vestimenta também se modifica como forma de harmonizar a representação com a realidade.

Verifica-se essa tendência nos períodos posteriores, visto que, na década de 1940, os lugares representados são extremamente semelhantes aos da década de 1930; a proporção se mantém igual. Já na década de 1950, quando existe uma incidência maior de ocasiões mais formais expressas nas fotos de festa, tanto e casa como no clube, a proporção do traje a rigor supera e do esporte fino.

⁹⁷ Fotos n°: 15, 16, 17, 18, 1, 2, 1b, etc.

⁹⁸ Foto n°: 6b.

Neste último período, é importante apontar que vestido de noiva desaparece da coleção, sendo substituído pela beca de formatura, fato que indica uma liberalização dos espaços femininos para além do lar. Contudo, a garantia da tradição familiar está representada na aliança de noivado ao lado do anel de grau.⁹⁹ Mais uma vez modifica-se a forma de representação sem transformá-la substancialmente.

A figuração masculina é numericamente secundária. A sua indumentária segue o mesmo padrão estabelecido para a figuração feminina, inclusive na escolha dos adereços. A sobriedade do terno é ornamentada por um alfinete de gravata, pela corrente do relógio de bolso, ou ainda por uma caneta de ouro. Índices inconfundíveis de riqueza material.

O traje masculino apresenta menos variação do que o feminino, e a distinção entre a modalidade passeio-completo e esporte fino ficou por conta de elegância na escolha do terno, da presença do colete e daqueles pequenos adereços indicativos de riqueza.

O traje doméstico só foi identificado em duas fotos: a primeira, localizada na década de 1920, registra o trabalho num armazém de café;¹⁰⁰ a segunda, localizada vinte anos depois, é de um rapaz dando milho às galinhas.¹⁰¹ Em ambas as fotos, o traje doméstico está associado ao trabalho rural.

Os únicos dois espaços freqüentados exclusivamente pela figuração masculina foram o escritório e o passeio a cavalo. O primeiro tipo de foto aparece duas vezes na coleção,¹⁰² sempre associado ao traje esporte fino. O segundo tipo de fotografia também só aparece duas vezes e está associado ao traje esportivo: botas, jaqueta sem gravata e chapéu.

103

Ambas as atividades, trabalho e esporte, no período desta coleção, estavam totalmente reconhecidos no universo burguês masculino. O trabalho de escritório associado aos números, ao dinheiro e ao uso da inteligência, como o esporte relacionado à destreza, ao perigo e ao uso da força física, estavam ausentes do universo feminino, que deveria ser reconhecido como frágil, delicado e frívolo, como totalmente identificado à vida doméstica e à falta de inteligência.

⁹⁹ Foto nº: 33b.

¹⁰⁰ Foto nº: 6b.

¹⁰¹ Foto nº: 470.

¹⁰² Fotos nº: 12b e 31b.

¹⁰³ Fotos nº: 51 e 228.

C) *Relação entre Espaço Infantil e Adulto*

Ao contrário do espaço adulto, o espaço infantil é essencialmente masculino. Os meninos aparecem 250 vezes contra 103 vezes das meninas – tendência que reafirma a tradicional importância que as famílias árabes concedem à infância masculina.

Aos futuros líderes do clã e gerenciadores dos negócios familiares, são atribuídos brinquedos diversos e indumentária variada, que poderia ser composta por roupas claras e leves ou trajes estilizados como os de marinheiros.¹⁰⁴

Às meninas são reservados os grandes laços de fita e os brinquedos de menino.¹⁰⁵ Futuras mães de família deveriam aprender a resignar-se com o que sobra do prato principal.

Esta tendência à valorização e ao cuidado com a infância masculina se observa através de uma maior quantidade de fotos individuais e da forte presença adulta feminina ao lado dos meninos. Em 48% das fotos, os meninos aparecem acompanhados das mães, tias e avós.

Considerados meninos e meninas como integrantes deste espaço infantil, percebe-se a existência de uma variação básica dos lugares onde as crianças são retratadas sozinhas ou em grupos.

Espaço Infantil	1900 / 1929	1930 / 1939	1940 / 1949	1950 / 1959
Estúdio	50%	4,5%	40%	30%
Casa	50%	68%	28%	10%
Parque	-	3%	-	10%
Rua	-	11%	4%	-
Praia	-	9%	4%	-
Hotel	-	-	-	-
Igreja	-	-	12%	-
Clube	-	-	8%	50%
Escola	-	3%	4%	-
Campo	-	1,5%	-	-

O espaço reservado à criança, nesta coleção de fotografias feita por adultos, é totalmente controlado. Assim, a variação espacial predominante é: estúdio-casa-clube.

No estúdio, o controle da representação é completo. A indumentária, o fundo e os objetos que compõem a imagem são escolhidos pelo adulto que lhes atribui significados

¹⁰⁴ Fotos n°: 397, 417, 416, 425, 54, 338, 322, etc.

¹⁰⁵ Fotos n°: 459, 46, 35, etc.

fora do universo infantil. Principalmente para os meninos que estão ou fantasiados de marinheiros ou usando uma roupa de adulto em miniatura.

Nas fotos do interior da casa, a indumentária torna-se um pouco mais adequada à criança. Em imagens cujo objetivo central foi o de captar o momento da ação, as roupas são mais descontraídas e leves.¹⁰⁶ Já nas fotos posadas, mesmo durante uma brincadeira, a indumentária torna-se mais estilizada para garantir o efeito da representação.

Na década de 1950, o espaço infantil, tal como o adulto, é deslocado para o ambiente exclusivo dos clubes. Nesta época, já mais crescidas, as crianças assumem a sua participação na representação da família bem sucedida. Enquanto os adultos são fotografados nas festas dos clubes, as crianças, no mesmo espaço, apresentam-se em audições de piano ou diverte-se nos bailes de carnaval.¹⁰⁷

A relação de equivalência entre os espaços adulto e infantil está presente não só na indumentária. Os brinquedos que acompanham as crianças também tomam como referência o universo adulto, dentre os quais destacam-se: os carros,¹⁰⁸ o anzol¹⁰⁹ e o telefone.¹¹⁰

Outros lugares também freqüentados pelas crianças são a rua e a praia. A rua fotografada está localizada em Providência, meio rural, calmo e livre dos perigos da cidade moderna. Este espaço adjacente a casa é extensão do próprio quintal, lugar de brincadeiras.¹¹¹ Na praia, lugar mais distante, a criança não brinca, mas posa para a fotografia.¹¹²

Com efeito, mesmo nas fotos onde as crianças são fotografadas sozinhas, está implícita a presença do adulto por trás das lentes. No restante das fotos, elas estão sob o olhar vigilante das mães, tias e avós. Nestas imagens, o corpo, o movimento e a liberalidade são controlados para se representar não o presente, mas o que está programado para a criança ser no futuro.

¹⁰⁶ Fotos nº: 441, 442, 443, 444, 445, 447 e 133.

¹⁰⁷ Fotos nº: 312, 313, 35b, 36b, 37b e 42b.

¹⁰⁸ Fotos nº: 459, 110, 461, 458 e 463.

¹⁰⁹ Fotos nº: 398 e 400.

¹¹⁰ Fotos nº: 298 e 41b.

¹¹¹ Fotos nº: 458, 459, 460 e 461.

¹¹² Fotos nº: 384, 385, 386, 387 e 101.

3.3.5 – ESPAÇO DE VIVÊNCIA

Fotografias da família num momento de descontração. Imagens de passeios por praias, parques e pela cidade. Retratos que eternizam um simples olhar. Uma coleção de fotografias familiares não possui um objetivo explícito; não se tira fotografias pensando no amanhã, ou efetivamente, na sua utilidade.

Quando o Sr. João Jorge Mauad, marido da dona da coleção e quem tirou a maioria das fotos, poderia supor tais fotos como fontes históricas, como narrativas de um tempo que passou? Procurava sim, através da utilização de um mecanismo moderno, capturar o momento vivido que não poderia ser capturado de outra forma. E o que são essas memórias senão experiências de vida? Uma vida em família, na qual lugares, tornados vivências, criam uma rede de significações que permite reconhecê-los como espaços cotidianos, de lazer, de ocasiões especiais ou de pura memória, como é o caso dos retratos.

No item espaço do objeto, esta complexa rede de significações foi analisada, permitindo-se que se delimitassem estes espaços. Agora se pretende recompor os principais tipos de fotos associados a estas vivências e espaços. A tabela abaixo apresenta a relação entre o tema da foto e o período.

Espaços de Vivência	Lembranças Cotidianas		Lazer		Ocasões Especiais		Trabalho		Retrato	
1900/1929	22%	6,50%	18%	0,14	9%	33%	-	20%	51%	27%
1930/1939	45%	40%	45%	-	3%	40%	-	-	7%	20%
1940/1949	32%	-	40%	-	11%	100%	-	-	16%	-
1950/1959	10,50%	-	6,50%	-	57%	65%	-	-	26%	35%
	Sér. A	Sér. B	Sér. A	Sér. B	Sér. A	Sér. B	Sér. A	Sér. B	Sér. A	Sér. B

A) Tempo de investir

Nas duas primeiras décadas da coleção, período em que o grupo familiar se estabelecia no interior da camada endinheirada da população carioca, são os retratos o tipo predominante de foto, tanto para a série A como para a série B.

Considerado como um espaço de vivência, o estudo fotográfico possui atributos que o distingue de todos os outros. É um espaço artificial que visa a criar situações totalmente distantes da experiência cotidiana.

A ida ao fotógrafo e a exposição ao poder sedutor de uma objetiva é, sem dúvida, um momento muito especial, qualquer que seja a época na qual esta ação esteja localizada. No início do século e décadas imediatamente subseqüentes, esta especialidade é traduzida pela indumentária e pelos objetos que compõem o arranjo fotográfico.

Aliam-se a tais itens as opções técnicas, que variam entre o modelo 3 x 4 e o formato postal, ao retrato individual e o familiar; entre o enquadramento só de rosto e de corpo inteiro; entre o sentido vertical e horizontal, etc.

Neste sentido, a ida ao estúdio é uma vivência que tem como objetivo criar uma representação. Existe nela a escolha consciente de como se expressar determinar conteúdos. Uma escolha que, mesmo livre, é realizada segundo um determinado padrão. Assim, nas décadas de 1910 e 1920, o padrão do retrato em estúdio foi o seguinte: ¹¹³

Série A – Tema: Retratos.

- *Espaço fotográfico*: foto média, tipo postal, sem sombras, com contraste, no foco com linhas bem definidas, central e vertical.
- *Espaço do objeto*: poucos objetos interiores e a predominância do traje passeio-completo com jóias.
- *Espaço geográfico*: artificial, com fundo tanto pintado como liso, predominando os motivos campestres.

Esta padronização confirma as conclusões tiradas nos itens anteriores, quando se atribui às fotos de estúdio o papel de cartão de apresentação do imigrante que chega e quer se estabelecer onde a fortuna pode surgir.

Neste momento, o ato de ir ao fotógrafo e deixar a imagem ficada num papel em branco implicava tanto na necessidade de criar a representação de um estilo de vida como de delimitar o início da ascensão social.

Assim, o movimento de se representar as vivências familiares vai do espaço artificial, de pura representação, para o espaço natural, onde se pretende viver a própria representação.

¹¹³ Fotos nº: 17, 18, 19, 20, 21, 22, 32, 1, 2, 323, 7, 8 e 325.

B) Tempo de lembrança e diversão

Na década de 1930, na série A, as vivências que merecem ser fotografadas estavam relacionadas ao lazer. Tanto o doméstico, exposto nas fotos de lembranças cotidianas, como o entretenimento, registrado nas fotos dos passeios e das férias.

Ambas as vivências fornecem imagens para a composição de fotografias bem especiais. Tais imagens, por registrarem principalmente o espaço da casa e do passeio familiar, são do domínio do fotógrafo amador, cujo objetivo é muito mais a captação do momento vivido do que a produção de uma imagem esteticamente perfeita.

Entretanto, a incidência de erros é grande e eles estão relacionados ao foco e ao tempo de exposição.¹¹⁴

Mesmo “erradas”, essas imagens não foram desperdiçadas, porque algo do momento vivido ficou registrado, nem que fosse uma leve sombra.

Avaliados em seu conjunto, as fotos de lazer apresentam alguns tipos que variam em torno do seguinte padrão:

Série A – Tema: Lembrança Cotidiana.

- *Espaço fotográfico: pequeno, vertical, central, no foco, com linhas definidas, equilíbrio de sombras e contraste marcado.*
- *Espaço geográfico: exatamente dividido entre o meio rural e o meio urbano e fundamentalmente interior.*
- *Espaço do objeto: composto por objetos que indicam a escolha pelas partes externas da casa, principalmente o jardim e o quintal, com plantas, móveis de vime e brinquedos. No que diz respeito aos objetos-pessoais destacou-se a presença maciça do traje informal, variando entre o espaço fino e o esportivo sem muitos adereços. Objetos que denotam a existência de um ambiente de maior descontração e informalidade, mas que nem por isso prescindem do cuidado com a manutenção da boa aparência.*

¹¹⁴ Tempo de exposição é a medida entre a velocidade do obturador e a abertura do diafragma; Fotos nº: 340, 76, 77, 78, 81, 87, 99, 104, 112, 118, 141, 143, 165, 180, 199, 207, 377, 378, 379, 381, etc.

Assim, as fotos de lembranças cotidianas revelam um dia-a-dia familiar, com a presença marcante de crianças, principalmente meninos. Nestas registram-se as conversas na varanda, a brincadeira no quintal, a chegada do trabalho e o encontro descontraído com as crianças e o ambiente doméstico. São imagens alegres que visaram a captar no cotidiano o que nele há de melhor: as amenidades.

Não se fotografou a doença e pouco se fotografou a velhice, por serem imagens que, ao introduzirem o tema da morte, destruiriam essa representação ideal que se pretende eterna.

Série A – Tema: Passeios.

- *Espaço da figuração: coletivo, grupo misto e adulto.*
- *Espaço fotográfico: pequeno, vertical, central no foco, linhas bem definidas, com equilíbrio de sombras e contraste marcado.*
- *Espaço geográfico: externo e prioritariamente campestre. Os lugares preferidos para os passeios foram os parques fora do Rio, geralmente em Poços de Caldas, a praia e os campos ao redor de Providência, a cidade natal, onde parte da família ainda morava neste período.*
- *Espaço do objeto: composto por objetos-exteriores que indicam o tipo de lugar do passeio, entre os quais destacam-se: vegetação abundante, cachoeira, chão de terra, lagos, estátuas, areia, mar, barco, carro, etc. Os objetos-pessoais variam entre o traje completo e esporte fino, com alguma incidência do traje esportivo, sempre acompanhado de adereços, tipo: jóias, bolsa, chapéu, sombrinha, etc.*

A variação de indumentária é relativa à escolha do lugar, tendo em vista que todas as fotos localizadas no Rio apresentem traje passeio-completo. Fica implícita a necessidade de uma melhor apresentação na cidade. Assim, o lazer urbano associa-se ao luxo e à riqueza através do traje. Por mais distante que o automóvel os levasse, o espaço ainda era urbano.

Já os trajes das fotos de foto do Rio se descontraem, à medida que se escolhe uma roupa mais esportiva, apropriada aos passeios por morros, perto de cachoeiras em estradas

de terra. Afinal, a escolha do traje adequado ao ambiente indica a participação num determinado código de comportamento social.

As fotos de praia também apresentam traje menos formal, apesar de quase não se fotografarem adultos em traje de banho.

Mais uma vez, os objetos fornecem a dimensão da experiência vivida, na medida que, tanto indicam a existência de lugares que de fato foram visitados, como estão investidos dos significados que devem ser atribuídos a esta experiência.

Assim, as fotos de passeio registram, de forma quase documental, a vivência do grupo familiar nos espaços de diversão. O predomínio do registro deste tipo de espaço em detrimento dos espaços de trabalho indica que os espaços de lazer, tanto no cotidiano como nos passeios e nas férias, que toda a riqueza produzida através do trabalho poderia ser exposta e consumida, como coroamento necessário daquela atividade.

Com efeito, na sociedade burguesa, a vivência do lazer só existe porque existe uma vivência de trabalho que a sustenta, mesmo que esta imagem não possa ser fotografada.¹¹⁵

C) Tempo de aproveitar

Na década de 1940, predominam também as fotos de lazer, fotos que registram as férias em Araxá, os passeios no parque e as idas à praia.

A maneira de expressar tais imagens modifica-se; no entanto, manteve-se o significado de seus conteúdos.

Sendo assim, os tipos de fotos desta época se organizam em torno do seguinte padrão:

Série A – Tema: Passeios.

- *Espaço fotográfico: médio, horizontal, central, no foco, linhas definidas, equilíbrio de sombras e contraste marcado.*
- *Espaço geográfico: exterior, composto por lugares fora do Rio, principalmente, Araxá. O eixo Rio-Minas Gerais se mantém, tanto pela mudança da escolha*

¹¹⁵ Fotos n°: 331, 37, 38, 39, 41, 337, 335, 45, 337 a, 338 a, 339, 340, 341, 343, 344, 50, 49, 51, 61, 63, 66, 67, 69, 70, 71, 74, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 93, 96, 97, 98, 101, 102, 103, 346, 347, 348, 121, etc.

do lugar para passar as férias como pela manutenção das visitas à Providência para visitar os amigos, já que a família, em seu conjunto, havia mudado para o Rio de Janeiro.

- *Espaço do objeto: composto por objetos-exteriores que indicam o tipo de lugar registrado na fotografia. Entre estes objetos estão: lagos, jardins, flores, fachadas de hotéis, etc. Os objetos-pessoais são predominantes esportivos. Poucos adereços, roupas com cortes retos, ternos claros, ausência de gravata, camisa de manga curta e mulheres trajando calças compridas.*

Os significados atribuídos às fotos de lazer dos anos 1930 permanecem neste período. O lazer continua associado ao mundo dos adultos e aos espaços onde se pode ver e ser visto. Mudou-se apenas a localização do hotel, mas a prática de se refugiar do calor em estações de águas durante o verão permanece como uma antiga tradição.

Agora a fotografia transmite significados associados a um estilo de vida informal e esportivo, mais adequados às transformações ocorridas no quadro cultural contemporâneo e à ampliação dos contatos familiares.

As principais diferenças estão nas opções pelo tamanho médio e pelo sentido horizontal. Por um lado, o tamanho médio possibilita uma maior definição dos elementos de viagem, prioriza o registro do local onde se realizou o passeio. Por outro lado, o sentido horizontal relaciona-se à idéia de estabilidade vigente no grupo que, nesta época, com a fortuna já constituída, se considerava definitivamente como parte integrante da classe dominante.¹¹⁶

D) Tempo de Sucesso

No período final da coleção, fotografaram-se mais as ocasiões especiais. Vivências que fogem da rotina do dia-a-dia e se tornam especiais pelo significado de singularidade que carregam. São casamentos, batizados, primeiras comunhões e festas os eventos que compõem tais vivências e produzem fotos que seguem o seguinte padrão:

¹¹⁶ Fotos n°: 208, 209, 210, 211, 213, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 228, 229, 230, 232, 234, 238, 240, 291, 243, 244, 262, 266, 267, 349, 350, 351, 271, 361, 364, etc.

Série A – Tema: Ocasões Especiais.

- *Espaço da figuração: coletivo, grupo misto e adulto.*
- *Espaço fotográfico: grande, central, vertical, no foco com linhas bem definidas, com equilíbrio de sombras e com contraste bem marcado. Sem a incidência de erros de focagem ou de exposição.*
- *Espaço geográfico: interno e externo, variando em função do evento. Neste caso, os eventos mais fotografados foram as recepções, seguidas do Carnaval. Com isso, os espaços que mais aparecem nas fotos são os do clube e da casa, principalmente seu jardim.*
- *Espaço do objeto: no que diz respeito aos objetos-interiores é mínimo. Como a maioria das fotos foram tomadas à noite, o “flash” escurece o ambiente, ressaltando a pessoa fotografada. Portanto, são os objetos-pessoais os mais valorizados, compondo-se de traje a rigor ou passeio completo, com adereços em jóias ou chapéus.*

No que diz respeito à legibilidade, tais fotos possuem um padrão perfeito, por terem sido feitas, exclusivamente, por profissionais. São grandes, claras e objetivas. Transmitem a mensagem de forma direta, onde se percebe a mudança da valorização do ambiente para a ação e para a pessoa que está a executando.

São imagens de sucesso que revelam a família promovendo recepções em casa, para comemorar o aniversário da firma que, em 25 anos, lhes proporcionou este tempo de grandes realizações.

Por outro lado, elas divulgam a bem sucedida posição familiar na frequência dos salões exclusivos dos clubes. Com efeito, estas fotos revelam o duplo movimento de confirmação da conquista do espaço entre os iguais, tanto no âmbito privado como no público.¹¹⁷

Nesta época, com o patrimônio constituído, com os filhos crescidos e prontos para se casarem, um novo ciclo de vida se inicia. A partir daí as imagens serão outras e os significados também.

¹¹⁷ Fotos nº: 280, 298, 300, 301, 303, 302, 304, 305, 306, 307, 309, 310, 311, 314, 318, 319, 308, etc.

E) Um registro especial

Nas fotos da série B, em todos os períodos, a maior incidência foi o tema das ocasiões especiais. Tendência que reafirma o caráter de especialidade atribuído a estas fotos, devido à presença do “passe-partout” emoldurando-as.

São momentos especiais que merecem um tratamento também especial. O encarte das fotos da série B lhes concede um grau de surpresa maior do que nas fotos simples. Com efeito, o ato de abrir a foto, tal como o cardápio de um restaurante requer um movimento e um gesto que antecedem à sua admiração. Exercício dispensável para as fotos simples, sem o qual lhes é roubada parte do mistério.

As fotos da série B variam o seu conteúdo, mas mantêm esta forma de apreciação, como também a estruturação do seu espaço fotográfico que acompanha o seguinte padrão:

Série B – Tema: Ocasões Especiais.

- *Espaço fotográfico (1900/1959): grande, vertical, central, no foco, linhas bem definidas, equilíbrio de sombras, contraste bem marcado e a presença da viragem de sépia.*

Nas duas primeiras décadas, as fotos de casamento tiveram a maior incidência. Nelas, o traje de gala com adereços atesta o valor do compromisso firmado e da necessidade de se garantir a continuidade da família. Unem-se fortunas e firmam-se contratos através dos matrimônios. É o início de um vir a ser de riqueza. Nestas fotos, a representação antecede o fato; representa-se a riqueza sem experimentá-la em toda a sua plenitude.¹¹⁸

Na década de 1930, manteve-se a foto de matrimônio, mas introduziu-se, pela primeira e única vez, o tema da morte nesta coleção. A fotografia registra a visita de um grupo ao mausoléu familiar no Dia de Finados.¹¹⁹

A escolha de uma foto desta série para representar o tema da morte revela o cuidado e a especialidade com que tal tema é tratado nesta coleção, ou seja, fora do espaço cotidiano

¹¹⁸ Fotos n°: 7b, 18b e 15b.

¹¹⁹ Foto n°: 19b.

e sem nenhuma referência com a experiência vivida, já que o túmulo simboliza a morte como algo consumado.

Na década de 1940, o casamento é ainda o tema de maior incidência. São fotos de amigos que as enviam como recordação de um momento importante, compartilhado junto. Uma deferência de um grupo para com o outro, como prova de boa convivência e da preservação dos laços de amizade, fundamentais para a formação de um grupo social coeso, unido não só por acordos comerciais.¹²⁰

Nos anos 50, o espaço da figuração torna-se predominantemente infantil, modificando a tendência, até então predominante, de se retratar eventos que envolvessem somente adultos.

São crianças em trajes de gala apresentando-se em audições de piano, cercadas de flores e sucesso. São imagens da nova geração que cresce com a riqueza garantida e cumpre o seu papel no espaço social conquistado por seus pais.¹²¹

Outro tipo de foto que se destacou foram as de recepção-espço de diversão adulta, lugar de exposição e fruição de um estilo de vida, que veio sendo representado ao longo de mais de cinquenta anos de imagens.¹²²

¹²⁰ Fotos nº: 22b e 23b.

¹²¹ Fotos nº: 42b, 37b, 36b e 35b.

¹²² Fotos nº: 29b, 40b, 28b e 26b.

1 - LOCAL RETRATADO

		1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
		ser A	ser B	ser A	ser B						
1.1	ESTÚDIO	14	4	13	1	15	-	12	5	54	10
1.1.2	estúdio fundo pintado	6	1	1	-	1	1	-	-	8	1
	motivos campestres										
	b - motivos urbanos	1	1	2	-	-	-	-	-	3	2
	c - motivos domésticos	2	-	2	-	-	-	-	-	4	-
	Total estúdio	23	6	18	1	16	1	12	5	69	13
1.2	DENTRO DE CASA (Rio: Copacabana / Vila Isabel / Urca / Jardim Botânico)										
1.2.1	- Varanda / Entrada	1	-	29	-	2	-	3	-	35	
1.2.2	- Sala	1	2	11	-	-	1	2	1	14	4
1.2.3	- Quintal / Jardim	1	-	17	1	-	-	6	-	24	2
1.2.4	- Fundos / Área de Serviço	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.5	- Escritório / Cidade	-	2	-	-	-	-	1	-	1	2
	Total: Rio de Janeiro	3	4	57	1	2	1	12	1	74	8
1.3	DENTRO DE CASA (Minas Gerais: Providência)										
1.3.1	- Varanda / Entrada	2	-	8	-	5	-	-	-	15	
1.3.2	- Sala	3	-	4	1	-	-	-	-	7	1
1.3.3	- Quintal / Jardim	-	1	28	-	-	-	-	-	28	1
1.3.4	- Fundos / Área de Serviço	-	1	4	-	4	-	-	-	8	1
	Total: Providência	5	2	44	1	9	-	-	-	58	3
1.4	DENTRO DE CASA (Rio: Campo Grande)										
1.4.1	- Varanda / Entrada	-	-	1	-	4	-	-	-	5	
1.4.2	- Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.4.3	- Quintal / Jardim	-	-	15	1	11	-	-	-	26	1
1.4.4	- Fundos / Área de Serviço	-	-	-	-	2	-	-	-	2	-
	Total: Campo Grande	-	-	16	1	19	-	-	-	33	1
	Total Geral	8	6	117	3	28	1	12	1	165	11
1.5	FORA DE CASA										
1.5.1	- Rua - Providência	3	1	29	-	4	-	1	-	37	2
	Rio	5	-	10	-	-	-	3	2	18	2
1.5.2	- Campo - Providência	-	-	8	-	2	-	-	-	10	-
	Campo Grande (Rua)	-	-	6	-	-	-	-	-	6	-

1.5.3 - Praia (Barra da Tijuca / Copacabana / Barra de Guaratiba)	3	-	23	-	2	-	-	-	28	
1.5.4 - Clube (Jockey / Monte Líbano / Vila Isabel)	-	-	1	-	4	1	10	9	15	10
1.5.5 - Parque (Rio)	2	1	26	-	1	-	-	-	29	1
Estação das Águas (Poços de Caldas / Araxá / Petrópolis)	1	28	-	12	-	-	-	-	40	1
1.5.6 - Hotel (Estação das Águas)	-	-	7	-	17	-	-	-	24	
1.5.7 - Rua (Estação das Águas)	-	-	4	-	1	-	-	-	5	
1.5.8 - Igreja / Casa de Caridade	-	-	4	-	4	1	6	-	14	
1.5.9 - São Paulo / Fora do Brasil	-	-	-	-	5	-	3	-	8	-
1.6.0 - Escola (Rio) / Universidade	-	-	2	-	1	-	-	-	3	
1.6.1 - Cemitério	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
1.6.2 - Navio	1	-	-	-	-	-	-	-	1	
	14	15	148	1	53	2	23	11	238	16

2 - TEMA / TEMPO

	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A (d)	ser B (d)	ser A (d)	ser B (d)						
2.1 INSTANTÂNEO										
2.1.1 - Casa	-	-	2	-	3	-	-	-	5	
2.1.2 - Rua - Passeio - Lazer	3	-	5	-	2	-	1	-	11	
2.1.3 - Trabalho	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
2.1.4 - Festa	-	-	-	-	3	-	9	-	12	
	3	1	7	-	8	-	10	-	28	1
2.2 - POSADA - RETRATO										
2.2.1 - Retrato Feminino	10	-	6/3 (d)	1	5	-	9/5 (d)	-	30/9 (d)	1
2.2.2 - Retrato Masculino	8	-	9/3 (d)	-	2	-	3/1 (d)	2	22/5 (d)	2
2.2.3 - Retrato Casal	-	3	-	-	-	-	-	-	-	3
2.2.4 - Retrato Infantil	4/1 (d)	-	4/3 (d)	9/3 (d)	-	-	-	3	17/6 (d)	3
2.2.5 - Retrato Coletivo - Família	1	1	1	-	-	-	-	1	2	2
	23	4	20	1	16	-	12	6	71	11
2.3 - POSADA - FOTO EXTERNA E INTERNA										
2.3.1 - Festa / Baile / Recepção	-	-	-	-	1	1	10	3	11	4
2.3.2 - Carnaval / Festa Popular e Religiosa (Festa de Rua)	1	-	4/1 (d)	-	1	-	5/1 (d)	1	10/1 (d)	1
2.3.3 - Batizado / Primeira Comunhão	1	-	-	-	4/3 (d)	1	1	-	6	1
2.3.4 - Trabalho	-	2	-	-	-	-	-	-	4/3 (d)	2
2.3.5 - Casamento	-	3	-	1 (d)	-	2/2 (d)	-	-	-	6/3 (d)
2.3.6 - Apresentação Artística (Audição de Piano / Desfile de Modas)	-	-	-	-	1	-	-	5/2 (d)	-	5/2 (d)
2.3.7 - Missa / Chá de Caridade / Encontro de Caridade	-	-	4	-	-	-	4	-	8	-
2.3.8 - Formatura	2	2/2 (d)	-	-	1	-	-	2	3	4/2 (d)
2.3.9 - Passeio (Freios)	5/1 (d)	2	123/9 (d)	-	37/2 (d)	-	2	-	170/13 (d)	1
2.4.0 - Lembrança Cotidiana (Rio)	5	-	69/2 (d)	3	14	-	4	-	87/2 (d)	4
2.4.1 - Lembrança Cotidiana (Minas Gerais)	5	1	56/3 (d)	-	14/2 (d)	-	1	-	74/5 (d)	1
(d) = Dedicatória	19	10	256	4	73	4	27	11	372/21 (d)	29/7 (d)

4 - FIGURAS RETRATADAS

	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A	ser B	ser A	ser B	ser A	ser B	ser A	ser B	ser A	ser B
4.1 - MULHER	27 (57)	9 (22)	177 (543)	3 (6)	64 (188)	3 (4)	29 (138)	8 (18)	296 V	23
4.2 - HOMEM	23 (58)	15 (49)	82 (138)	2 (2)	39 (89)	2 (2)	24 (120)	5 (16)	168 V	24 V
4.3 - MENINA	6 (17)	3 (9)	49 (97)	3 (3)	31 (67)	1 (1)	6 (12)	4 (4)	29 V	11 V
4.4 - MENINO	5 (16)	4 (10)	168 (228)	1 (1)	18 (33)	-	5 (9)	4 (4)	196 V	9 V
4.5 - ANIMAIS	2 (2 cães)	-	2 (cavalos 4)	-	1 (cavalo- galinhas)	-	1 (galinhas)	-	14 V	-
	-	-	1 (burro 1)	-	1 (vacas)	-	-	-		
			3 (3 cães)	-	6 (cães)	-	-	-		
4.6 DENTRO DO CONJUNTO DE PESSOAS		1 (21)	3 (3)	-	1 (guarda)	-	3 (7 garçons)		10 V	1 V
Os empregados		(catador de café)	1 (1)		2 (empregadas)					
			1(chauffeur)		2 (4 garçons)					
Obs.: X - nº de vezes. (y) - nº de pessoas.										
FOTOS INDIVIDUAIS										
MULHER	10	-	18	-	8	-	9	4	45	4
HOMEM	10	2	12	-	5	-	4	2	31	4
MENINO	2	-	30	-	4	-	-	4	46	4
MENINA	3	-	6	1	10	4	2	2	24	7
	25	2	76	1	27	1	15	12	146	19

5 - ATRIBUTO DAS PESSOAS

	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A	ser B	ser A	ser B						
5.1 INDUMENTÁRIA - ESTILO										
5.1.1 - Traje a rigor	1	3	2	1	3	1	6	5	12	10
5.1.2 - Traje passeio completo	17	4	48	1	13	2	23	6	101	13
5.1.3 - Traje esporte fino	15	6	121	2	26	-	7	2	169	10
5.1.4 - Traje esportivo / Traje de banho	3	-	9	-	28	-	1	1	41	1
5.1.5 - Roupas simples	1	1	56	-	17	1	4	-	78	2
5.1.6 - Hábito	-	-	-	-	8	-	2	-	10	-
5.1.7 - Uniforme (Farda / Escola)	1	-	6	-	4	-	1	-	12	-
5.1.8 - Noiva	1	3	-	1	-	2	-	-	1	6
5.1.9 - Beca	1	2	-	-	-	-	-	2	1	4
5.1.10 - Fantasia	1	-	12	-	1	-	5	1	19	1
5.1.11 - 1º Comunhão	1			-	5	1			6	1
5.2 - ADEREÇOS										
Colar	14	6	20	-	14	1	16	3	63	10
Brinco	7	-	11	-	10	-	11	1	38	1
Pulseira	7	3	8	-	2	-	12	2	28	5
Relógio	1	1	13	-	14	-	3	-	31	1
Bolsa	1	3	32	-	16	-	6	1	51	4
Lenço	3	1	17	-	11	-	1	-	32	1
Flor na lapela	2	-	3	-	-	1	-	-	5	1
Chapéu feminino	7	4	27	-	5	-	4	-	38	4
Chapéu masculino	6	4	19	-	3	-	-	-	26	4
Piteira / cigarro	4	-	3	-	2	-	4	-	13	-
Brinquedo	1	1	10	-	1	-	1	1	8	2
Anel	1	-	3	-	1	-	1	1	6	1
Terço	1	-	-	-	5	-	-	-	6	-
Óculos escuros	1	-	3	-	6	-	5	-	15	-
Botão de gravata	1	-	1	-	1	-	1	-	4	-
Luvras	-	2	1	-	3	1	1	-	5	3
Pasta	1	-	1	-	3	-	1	-	6	-

Bengala	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-
Sombrinha (Japonesa e outras)	2	-	4	-	-	-	-	-	6	-
Pacote de compras	1	-	2	-	-	-	-	-	3	-
Leque	2	-	1	-	-	-	1	-	4	-
Laço de fita	2	1	9	1	11	1	1	-	23	3
Casaco (De pele ou sobretudo)	1	1	2	-	5	-	2	-	10	1
Pregador de cabelo	3	-	2	-	2	-	2	-	9	-
Broche	-	-	14	-	2	-	8	-	23	-
Revista / Jornais / Livros	1	-	9	-	1	-	-	-	10	-
Caneta			2		3		-		5	

6 - ATRIBUTO DA PAISAGEM

	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A	ser B	ser A	ser B						
6.1 - EXTERIOR										
Calçada de pedra portuguesa	2	-	2	-	-	-	-	-	4	-
Toldos	4	-	2	-	-	-	-	-	6	-
Vitrines	3	-	-	-	-	-	-	-	3	-
Fachadas / Prédios / Letreiros	9	3	65	1	41		1	1	196	5
Vegetação (*Natural)	4	2	95	-	26	1	3	-	128	3
Morros	3	2	19	1	10	-	1	-	33	2
Automóveis	-	1	17	-	3	-	-	-	20	1
Mar	2	-	13	-	2	-	-	-	17	-
Pedras (Caminho e rocha)	-	1	26	-	2	-	-	-	28	1
Chão de terra	1	1	26	-	13	-	1	-	41	1
Lago / Cachoeira	-	-	18	-	7	-	2	-	27	-
Barco	2	-	5	-	-	-	-	-	7	-
Trem	-	-	4	-	-	-	-	-	4	-
Janela aberta	3	1	7	-	2	-	-	1	12	2
Janela fechada	2	1	14	-	3	-	-	-	19	1
Porta aberta	3	-	8	-	1	-	-	1	12	1
Porta fechada	1	1	18	-	1	-	-	-	20	1
Poste	2	1	16	-	5	-	1	-	24	1
Gramado	-	2	15	-	16	-	3	-	34	2
Estátuas	-	-	16	-	-	1	1	-	19	1
Chafariz	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-
Muro / Cerca	4	1	35	-	10	-	1	-	50	1
Altar	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Transeuntes	3	-	13	-	5	-	1	-	22	-
Escada	-	-	8	-	3	-	4	-	15	-
Banco de jardim	-	-	6	-	5	-	3	-	14	-
Mausoléu	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Bandeiras	-	-	-	-	1	-	1	-	2	-

Charrete

2

2

6.3 - INTERIOR	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A	ser B	ser A	ser B						
Cadeira de vime	2	-	28	-	1	-	4	-	35	-
Mesa de vime	1	-	3	-	-	-	-	-	4	-
Cadeira de madeira	3	3	16	-	3	-	1	3	22	6
Mesa de madeira	5	3	9	-	1	-	5	1	20	4
Tapete	7	1	5	-	2	-	1	1	15	2
Cortinas	-	3	5	-	-	2	2	3	7	8
Lustre / Luminária	1	1	5	-	2	-	-	1	8	2
Papel de parede	1	1	3	-	-	-	-	-	4	1
Varal	-	-	-	-	2	-	-	-	2	-
Colunas	-	-	8	-	2	-	1	-	11	-
Quadros	-	-	-	-	1	-	-	1	1	1
Almofadas	2	-	4	-	-	-	-	-	6	-
Narguilé	1	-	1	-	-	-	-	-	2	-
Toalha (De mesa - renda)	7	-	4	-	1	-	8	1	20	1
Vaso / jarro	7	-	8	-	2	-	-	-	17	-
Chão de azulejo	-	-	4	-	1	-	-	-	5	-
Armário	-	1	1	-	-	-	-	-	1	1
Copos	-	-	2	-	3	-	8	1	13	1
Pratos / Serviço de chá	-	-	1	-	1	-	3	-	5	-
Talheres	-	-	1	-	3	-	3	-	7	-
Garrafas	-	-	3	-	1	-	4	1	8	1
Comida	-	-	2	-	2	-	3	-	7	-
Bandeja	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-
Instrumentos de trabalho no campo	-	1	3	-	-	-	-	-	3	1
Cabideiro	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-
Retratos de parede	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-
Espelho	-	-	2	-	-	-	-	-	2	-
Móveis de jardim de ferro	-	-	-	-	1	-	1	-	2	-
Ventilador	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-
Instrumentos musicais	-	-	-	-	-	-	2	4	2	4
Sofá	-	-	2	-	-	-	-	1	2	1
Tanque	-	-	1	-	1	-	-	-	-	1

Janelas com grade ferro	-	-	-	-	-	-	6	-	6	-
Flores / Plantas decorativas / Galhos	10	3	66		33	3	6	5	92	47

7 - TAMANHO DA FOTO	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A	ser B	ser A	ser B	ser A	ser B	ser A	ser B	ser A	ser B
7.1 - PEQUENA	8	-	217	-	61	-	8	-	294	-
7.2 - MÉDIA	37	-	58	-	31	-	14	3	140	3
7.3 - GRANDE	-	15	8	5	5	4	26	14	39	38
	45	15	283	5	97	4	48	17	473	41
							Irepetida c/2tamanhos			
8 - FORMATO DA FOTO										
8.1 - SÉRIE A										
Retangular postal	20	-	49	-	10	-	5	-	84	-
Retangular	23	-	233	-	84	-	42	-	380	-
Oval	2	-	1	-	2	-	-	-	4	-
Quadrada	-	-	3	-	1	-	-	-	4	-
	45		283		97		47		472	
8.2 - SÉRIE B										
Suporte em papel de 2 cores	-	2	-	-	-	1	-	3	6	-
Encarte em papel cartão em relevo	-	10	-	3	-	1	-	11	24	-
Encarte com papel vegetal decorado em cartão com relevo	-	1	-	-	-	2	-	-	3	-
Suporte simples	-	4	-	1	-	-	-	4	9	-
Vidro	-	1	-	2	-	-	-	-	2	-
Retangulares 40	-	16	-	6	-	4	-	-	4	-
Oval 2										
9 - SENTIDO / DIREÇÃO										
9.1 - VERTICAL	39	7	203	5	58	4	29	11	329	27
9.2 - HORIZONTAL	6	8	80	-	39	-	18	6	143	14
	45	15	283	5	97	4	47	17	472	41
9.3 - DIREITA	13	1	62	3	27	1	11	2	113	7
9.4 - ESQUERDA	12	3	65	-	14	-	5	2	96	5
9.5 - CENTRO	20	11	156	2	56	4	31	12	263	29
	45	15	283	5	97	5	47	17	472	41

10 - DISTRIBUIÇÃO DOS PLANOS

	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A	ser B	ser A	ser B						
10.1 - 1º PLANO										
Mulher	18	4	58	2	22	2	17	5	115	13
Homem	11	6	16	1	8	2	10	2	45	11
Grupo misto	6	6	102	1	30	-	10	3	148	10
Criança	5	-	75	1	22	2	4	7	106	11
Objeto	3	2	13	-	1	-	5	-	22	2
Paisagem	2	1	22	1	13	-	1	-	38	2
Animal	2	-	-	-	4	-	-	-	6	-
10.2 - 2º PLANO										
Mulher	1	-	16	-	3	-	1	-	21	-
Homem	2	2	6	-	3	-	4	-	15	2
Grupo misto	3	-	19	-	6	-	5	2	33	2
Criança	1	-	3	-	5	-	-	-	9	-
Paisagem urbana	14	3	63	1	28	-	16	4	121	7
Paisagem rural	-	2	50	1	17	-	1	-	68	3
Paisagem doméstica	-	3	93	1	14	-	4	-	115	4
Fundo artificial	6	3	9	-	8	1	1	-	24	4
Objetos	-	-	-	1	1	3	2	7	3	11
10.3 - 3º PLANO										
Paisagem urbana	4	2	7	-	5	-	2	-	18	2
Paisagem rural	-	-	16	-	6	-	-	-	22	-
Pessoas	-	-	1	-	2	-	-	-	3	-
Objetos	1	-	3	-	-	-	1	-	5	-
Paisagem doméstica	-	-	10	-	-	-	-	-	10	-

14.1 - Com sombra	16	5	109	4	27	1	17	8	169	18
14.2 - Sem sombra	29	10	174	1	70	3	70	9	303	23
14.3 - Com contraste	26	11	148	4	53	3	38	13	365	31
14.4 - Sem contraste	19	4	135	1	44	1	9	4	207	10

15 - PRODUTOR

	1900-29		1930-39		1940-49		1950-59		Total	
	ser A	ser B	ser A	ser B						
15.1 - AMADOR	7	-	87	-	35	-	6	-	134	-
15.2 - JOÃO JORGE MAUAD	1	-	120	-	33	-	-	-	154	-
15.3 - PROFISSIONAL	37	15	76	5	29	4	41	17	182	41

16 - ARRANJO / EQUILÍBRIO**COMPOSIÇÃO DAS FOTOS EM GRUPO**

Vertical

Semi-círculo	5	-	23	1	6	-	3	1	37	2
Linha reta	1	-	15	-	5	-	-	-	21	-

Diagonal

Espalhado	4	-	5	-	2	-	3	1	14	1
	-	-	5	-	4	-	3	-	12	-
	10	-	42	1	16	-	9	2	84	3

Horizontal

Semi-círculo	5	2	25	-	7	-	7	1	44	3
Linha reta	-	-	19	-	11	-	4	-	34	-

Diagonal

Espalhado	-	1	4	-	5	-	3	-	12	1
	-	1	4	-	3	-	3	-	10	1
	5	4	52		26	-	17	1	100	5

CAPÍTULO IV

NA MIRA DO OLHAR

“O caráter aparentemente não-simbólico, objetivo das imagens técnicas faz com que o seu observador as olhe como se fossem janelas e não imagens (...) o observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos (...). As imagens técnicas, longe de serem janelas, são imagens, superfícies que transcodificam processos em cenas”.

(Vilén Flusser: *A Filosofia da Caixa Preta*¹)

4.1 – MIL E UMA PUBLICAÇÕES.

“Careta, Fon-Fon, O Cruzeiro, Revista da Semana, Kosmos, Malho, Avenida, Ilustração Brasileira, Rua do Ouvidor, Vida Doméstica, Selecta, Eu Sei Tudo, Para Todos, Vamos Ler, Scena Muda, Cinearte, Beira-Mar”, entre outras, compuseram o perfil de uma época em que as imagens fotográficas tinham nas revistas ilustradas o seu principal veículo.

Um veículo que, através de uma composição editorial adaptada ao seu próprio tempo e as tendências internacionais, criavam modas, impunham comportamentos, assumindo a estética burguesa como a forma fiel do mundo que representavam.

Janelas que se abriam para o mundo representando na foto, tais revistas contribuíram, em grande medida, para a generalização da crença da verdade fotográfica. Ao mesmo tempo, que através de suas crônicas e notas sociais, impunham valores, normas e criavam realidades, num processo que transformaria a cidade em cenário e a burguesia em seu principal ator. Sendo assim, foram importante instrumento, desta classe social, para a naturalização das suas representações através da imposição de uma determinada forma de ver e reproduzir o mundo sobre todas as outras possíveis.

Lidas por quem era o seu conteúdo principal, auxiliaram, também, a coesão interna deste grupo. Com efeito, veiculavam comportamentos tidos como necessários para se tornar um bom cidadão. Atuavam como modelo a ser copiado e como exemplo a ser seguido.

¹ Sussekind, Flora. “O Cinematógrafo das Letras”, São Paulo, Editora Brasiliense, 1987, p. 35.

Ao longo dos primeiros cinquenta anos, do século XX, as revistas ilustradas sofreram importantes transformações, muito mais de forma do que de conteúdo. Adaptando-se às mudanças políticas, às influências internacionais e ao mercado consumidor que, ao longo deste período cresce e se diversifica. Afinal o leitor da *Fon-Fon* ou da *Careta*, de 1908, poderia ser até o mesmo em 1950, mas com certeza dividiria as suas páginas com seus filhos e netos, frutos de um outro tempo, mas pertencentes à mesma classe social. Daí a manutenção de determinados conteúdos de classe que, simplesmente ao longo do tempo, se adaptaram às novas tendências. Do “*dandy*” ao “*self-made-man*” existe uma diferença de forma, mas a substância, para a sociedade carioca, é a mesma.

Em linhas gerais, este longo período da história das publicações ilustradas de críticas de costumes, que circunscreve a primeira metade do século XX, pode ser dividido em dois sub-períodos, delimitados por transformações de ordem técnica que influenciaram a forma de apresentação dessas revistas.

4.1.1 – “TELEGRAPHIA SEM ARAME”

O primeiro período se inicia com a introdução de fotografias em algumas publicações periódicas, por volta do início do século XX, e se prolonga até 1928, quando foi lançada a revista *O Cruzeiro*, um marco na história do jornalismo ilustrado brasileiro, tanto por introduzir uma linha editorial de influência, marcadamente, norte-americana, como pelo aumento significativo no uso de fotos.

Neste primeiro momento o tom das publicações variava do crítico e cômico ao refinado e artístico, circunscrevendo o universo mental da elite carioca em todas as suas possibilidades. A tendência crítica e cômica pode ser exemplificada nos editoriais de lançamento das revistas *Fon-Fon* e *Careta*.

A *Fon-Fon* se lançava como um “*semanário alegre, político, crítico e esfuziante, noticiário avariado, telegrafia sem arame e crônica epidêmica*” cujo único objetivo era

“fazer rir, alegrar a tua boa alma carinhosa (...) com o comentário leve das coisas da atualidade (...). Para os graves problemas da vida, para a mascarada política, para a sisudez conselheiral das finanças e da intrincada complicação dos princípios sociais, cá temos a resposta própria: aperta-se a sirene... fon-fon”.²

² Revista *Fon-Fon*, 15.4.1907.

A revista *Careta*, por sua vez, seguia o mesmo tom de pilhéria, propondo em seu editorial, “*um programa vasto e sedutor*” para o público “*apreciador das sessões galantes do jornalismo smart*”.³ Dentro desta mesma linha editorial, situava-se a *Revista da Semana*, - lançada em 1900 repleta de imagens fotográficas, e posteriormente adquirida pelo *Jornal do Brasil* e vendida como suplemento de sábado – e o *Malho*, lançada em 1902, especializou-se em crítica política e caricaturas, chegando a ser uma das mais importantes revistas de crítica da primeira década.

A segunda tendência, mais refinada e artística, teve como representantes a *Ilustração Brasileira* e a *Kosmos*. A revista *Ilustração Brasileira* era uma publicação totalmente calcada na *Illustration Française*. O seu conteúdo era composto de fotografias e desenhos, que expunham as últimas novidades em termos de modas e eventos; artigos assinados por Bilac, Julia Lopes e Manoel Bonfim e um suplemento literário, além de fina ornamentação. Em 1904, surgiu o primeiro número da *Kosmos*, uma revista nos moldes modernos das publicações internacionais, apresentando, portanto, uma publicação bem-cuidada de acabamento primoroso, como na própria época de seu lançamento, se divulgou a revista *Kosmos* era “*um primoroso álbum de nossas belezas e primores artísticos, propagando o seu conhecimento a outros pontos do país e do estrangeiro*”.⁴ No seu conteúdo constavam manifestações artísticas e literárias, crônicas e reportagens sobre os eventos sociais da elite endinheirada do Rio de Janeiro. Colaboravam nesta revista: Artur Azevedo, Gonzaga Duque, Capistrano de Abreu e Euclides da Cunha. Na mesma linha editorial destas duas anteriores, guardando algumas diferenças quando ao luxo das publicações, estavam as revistas: *Avenida*, *Rua do Ouvidor* e *Renascença*.

Com efeito, tais publicações, cuja inspiração foi tirada da coluna “*O Binóculo*”, de Figueiredo Pimentel, publicada diariamente na *Gazetas de Notícias*, tornaram-se importante veículo de divulgação dos valores da vida burguesa, como fica exposto na seguinte passagem:

“não se pode ser alheio às legítimas glórias do nosso momento social. E foi, nesse intuito, que me lembrei de me retirar da modéstia em que vivia para elevá-lo à glorificação das homenagens um dos homens que mais tem concorrido para a atual civilização da cidade: Figueiredo Pimentel. Quem inventou O Binóculo? Antes d’O Binóculo quem é que conhecia as nossas ilustres patrícias que palmilhavam anonimamente a nossa estreita rua do Ouvidor? Ninguém. O Binóculo surgiu começou a citar-lhes nomes, a descrever-lhes a toilette e a enfeitá-las de elegâncias supremas e apelidos gentis

³ Revista *Careta*, 6.6.1908.

⁴ *Nosso Século*, São Paulo, Editora Abril, 1980, Volume I, p. 220.

{...} quem foi que inventou o corso e o que seriam das quartas-feiras sem o corso? (...) Tudo isso representa uma soma enorme de trabalho, em prol da civilização da nossa terra carioca”.⁵

De fato, como reitera Nicolau Sevcenko, a crônica social “*tornou as senhoras e senhoritas da alta sociedade carioca tão conhecidas como os ministros de estado, ajustadas todas ao padrão internacional de sensibilidade afetada das melindrosas*”,⁶ além de ordenar a sociedade segundo um critério de dignidades, cujo valor máximo era dado, não somente, pela posição social e familiar, mas também pelos signos de poder e riqueza que exibiam.

Paralelamente a exaltação da vida mundana e dos hábitos estrangeiros, em revistas ilustradas, como a *Careta*, *O Malho*, a *Fon-Fon*, etc. a crítica à política administrativa era ferrenha, e os escritores faziam de suas crônicas uma tribuna onde eram denunciadas as deficiências políticas, descasos e abusos administrativos em relação às concessões dos serviços públicos concedidas a companhia estrangeiras, como a Light, concessionária dos serviços de transporte urbano e iluminação pública, que pouco se preocupavam com a sua manutenção e muito cobravam pela sua utilização. Tamanho descaso levou a revista *Fon-Fon*, a criar um personagem que se chamava “*o inimigo da Light*” e de denominar os bondes da companhia de: “*o perigo amarelo*”, como alusão a cor dos veículos e ao descaso da empresa.⁷

No entanto, mesmo no ato de denúncia os temas ainda ficavam circunscritos ao universo daqueles que ainda podiam pagar para usufruir os serviços urbanos e viver em áreas privilegiadas da cidade. As classes populares, em tais publicações ou eram criticadas em seus hábitos cotidianos, tais como: comer em “frege”, dançar maxixe, andar descalço, ou ainda cantarolar enquanto trabalha; ou eram identificados com o lado folclórico da cidade, compostos por histórias de crimes no cais do porto, pelos doces e pastéis das vendedoras ambulantes e pelas festas dos santos, etc. As condições de vida desta camada da população, suas necessidades e anseios, não eram conteúdo que interessasse ao público leitor e no melhor dos casos entrava na seção policial dos jornais diários.

Na segunda metade da década de 1910, surgiram os “*magazines*” mensais, vinculados a alguma revista semanal, dentre os quais destacou-se o *Eu Sei Tudo*, vinculado a *Revista da Semana* e a revista *Scena Muda*, especializada em cinema, e a *Selecta*

⁵ Revista *Fon-Fon*, 19.10.1907.

⁶ Sevcenko, Nicolau, “Literatura como Missão”, São Paulo, Editora Brasiliense, 1983, p. 38.

vinculada a *Fon-Fon*. Tais publicações colocavam-se como um resumo das melhores revistas do mundo e tratavam de assuntos que incluíam “Sciências, Arte, Mecânica, Theatro, Cinematographo, Philatelia, Sports, Viagens, etc”.⁸ Publicados em formato de livro, propõe-se tratar mais detalhadamente de assuntos que só poderiam ser citados nas publicações semanais.

Sendo assim, os “*magazines*” mensais introduziram, no Brasil (pois eram distribuídos em outros estados, além do Rio de Janeiro), “*um gênero de publicação muito generalizado na Europa e na América do Norte*”.⁹ Este gênero de publicação estava totalmente voltado para a educação da elite carioca, principalmente as mulheres, que pobres em escolaridade e conhecimentos gerais, as utilizavam como fonte de informação, daí a miscelânea de assuntos contidos em suas páginas.

No decorrer da década de 1920, algumas publicações ilustradas especializadas em cinema foram criadas, dentre as quais destaca-se a *Cinearte*, visando ampliar o mercado consumidor de filmes. Por outro lado, as tradicionais publicações ilustradas, assumiriam um tom mais utilitário e mais homogêneo entre as diversas revistas. Deixaram a parte, na sua maioria, o aspecto crítico e reforçaram o lado descrito e conceitual, como fica evidenciado no anúncio publicado na revista *Scena Muda*, de julho de 1921, sobre as mudanças ocorridas na *Revista da Semana*:

“A Revista da Semana, depois das consideráveis transformações por que passou, ombreia com as mais notáveis publicações ilustradas do estrangeiro e é a primeira das grandes publicações ilustradas semanais da América do Sul. Em todos os seus números a Revista da Semana publica novela ilustrada, uma ampla seção do noticiário estrangeiro, uma desenvolvida reportagem fotográfica dos acontecimentos da semana, uma crônica mundana, caricatura, artigos sobre arte, história, tradições e figurinos, uma crônica teatral, uma crônica militar, poesias e a desenvolvida seção do jornal das famílias, compreendendo uma crônica de modas, com figurinos, conselhos sociais, economia doméstica, cozinha, consultórios, médico, odontológico, jurídico e da mulher”.

Pioneira neste gênero de publicação, a *Revista da Semana* influenciaria todas as suas seguidoras, inclusive a *Careta* e a *Fon-Fon*, além de criar um espaço para publicações do tipo a revista *Vida Doméstica* que, lançada em 1920, reunia uma seção de fotografia para amadores, uma seção de criação de animais, com atenção especial para avicultura, uma seção sobre o aproveitamento da terra, além de todo o tipo de conselhos sobre a vida do lar,

⁷ Revista *Fon-Fon*, 19.10.1907.

⁸ Anúncio publicado na revista *Scena Muda* de 21.7.1921.

⁹ Anúncio publicado na revista *Fon-Fon* de 15.7.1914.

que na sua concepção possuía um amplo significado: “sociedade, trabalho, atividades sociais, industriais e comércio”.¹⁰ Enfim, um lar tipicamente burguês.

Data deste período também, a divulgação destas revistas, como veículo de propaganda para comerciantes que quisessem divulgar seus produtos. Apesar do fato de que a publicidade já fazia parte das revistas ilustradas desde suas primeiras publicações, foi a partir dos anos vinte que as próprias revistas propagandearam esta característica:

“Senhor comerciante? Industrial? Pois faça a sua propaganda regular, sistemática e bem feita, no melhor magazine do Brasil, no mais popular, naquele que, mercê da sua grande circulação leva o conhecimento dos seus artigos a milhares e milhares de leitores em toda à parte. Esse magazine é o Fon-Fon”.¹¹

O mercado consumidor aumenta e se espalha no ritmo da própria expansão urbana da cidade, possibilitando às revistas ilustradas, devido a sua crescente circulação, atuarem como importantes veículos de publicidade. Dentro deste movimento, publicações foram lançadas visando atingir o comércio de determinadas áreas, sem tradição comercial, como foi o caso da revista *Beira-Mar*, introduzida em 1921, com o nítido propósito de chegar às mãos e aos olhos dos habitantes da orla marítima: Copacabana, Ipanema, Leme, Leblon e Flamengo. Com a própria publicação expunha: “*O Beira-Mar é o jornal dos moradores das praias (...) os comerciantes e industriais praianos devem anunciar no Beira-Mar*”.¹²

A partir de 1930, sua edição foi ampliada, principalmente com reportagens sociais, para tanto lançou um apelo aos moradores da praia para que: “nos enviassem quaisquer informações que interessem aos seus lares. O nosso fotógrafo atenderá chamados para festas, natalícios, núpcias, casos de rua dignos de registro, etc”.¹³ Nos números que se seguiram, o *Beira-Mar*, tornou-se um catálogo de imagens da recém-inaugurada elite praiana, que trocara os casarões em Santa Tereza ou Laranjeiras, por chalés em Copacabana ou Ipanema. Assim, a vida de um dos bairros, síntese da burguesia carioca, passou a ser estampada regularmente nas páginas deste periódico, que contemplava suas notícias com denúncias sobre a falta de infra-estrutura urbana no bairro e campanha de divulgação da vida social das praias.

A linha editorial da revista (que se autodenominava jornal) *Beira-Mar* foi modificada dois anos após o lançamento da revista *O Cruzeiro*, que viria fazer uma

¹⁰ *Vida Doméstica*, março de 1920, Ano I, nº 1, p. 1.

¹¹ Anúncio publicado na revista *Selecta* de 4.4.1925.

¹² *Beira-Mar*, 26.10.1930.

reviravolta nos padrões editoriais das revistas ilustradas brasileiras, inaugurando uma nova etapa na história de tais publicações.

4.1.2 – SOB O IMPÉRIO D’O CRUZEIRO

O segundo período se inicia com o lançamento da revista *O Cruzeiro* se prolonga, em termos de linha editorial, até a década de 1960, mas por uma contingência deste trabalho, que tem a fotografia como tema principal, fica limitado ao início da década de 1950, com a introdução, entre outras modificações, da cor nas fotos da revista.

O segundo momento estabelecido foi marcado tanto pela introdução de novas técnicas de impressão, tais como a rotogravura, quanto por uma redefinição no perfil do mercado editorial, fatores que levaram a uma mudança significativa no padrão das publicações ilustradas.

A revista *O Cruzeiro* foi lançada no dia 10 de Novembro de 1928, com uma tiragem inicial de 50.000 exemplares, cifra bastante significativa para a época. Em seu editorial de lançamento expôs o perfil moderno e inovador dos Diários Associados, empresa de propriedade de Assis Chateaubriand, a qual revista pertencia juntamente com os jornais: *O Jornal* e o *Diário da Noite*. Ainda neste texto lançaria o novo perfil das modernas publicações ilustradas, como fica exposto nas seguintes passagens:

“Depomos nas mãos do leitor a mais moderna revista brasileira. Nossas irmãs mais velhas nasceram por entre as demolições do Rio colonial (...). O Cruzeiro encontra já, ao nascer, o arranha-céu, a radiotelegrafia e o correio aéreo. O esboço de um mundo novo no novo mundo (...). Uma revista como um jornal, terá de ter forçosamente um caráter e uma moral. De um modo genérico: princípios. Dessa obrigação não estão isentas as revistas que se convencionou apelidar de frívolas. A função da revista ainda entre nós não foi devidamente esclarecida e compreendida. Em um país da extensão do Brasil (...) a revista reúne um complexo de possibilidades que em certo sentido, rivalizam ou ultrapassam as do jornal. O seu raio de ação é incomparavelmente mais amplo no espaço e no tempo (...). O jornal dura um dia, o jornal de ontem já é um documento fora de circulação (...). O jornal é a própria vida, a revista é o compêndio da vida (...) entra e permanece nos lares, leitura da família (...) um instrumento de educação e de leitura. O jornal nos dá da vida a sua visão real do bem e do mal. A revista revela a sua expressão educativa e estética. O concurso da imagem é nela um elemento preponderante. Uma revista deve ser como o espelho leal onde se reflete a vida, seus aspectos edificantes, atraentes e instrutivos. Uma revista deve ser antes de tudo uma escola de bom gosto (...).¹⁴

¹³ Idem.

¹⁴ *O Cruzeiro*, 10.11.1928, p. 1.

Ao mesmo tempo em que a revista *O Cruzeiro* se inseria no conjunto das chamadas publicações “frívolas”, advogava para si o direito quase missionário de ser o espelho fiel da vida. Nesse sentido, a imprensa segundo a concepção desta revista ficaria encarregada da nobre missão de no caso dos jornais, julgar, e no das revistas, depurar os fatos da vida, para que o leitor se educasse de forma correta. Esta postura tem como premissa que, o que está escrito é a própria verdade. Tal concordância entre a realidade e sua representação, seria reforçada pelo “curso da imagem”. Isto porque, a imagem, diferentemente do texto escrito chega de forma mais direta e objetiva à compreensão, com menos espaço para dúvidas, pois, como chamou atenção Vilén Flusser: “*observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia nos seus próprios olhos*”.¹⁵

Com o intuito de reafirmar o papel predominante da imagem sobre o texto, a empresa dos Diários Associados investiria, três anos depois do lançamento da revista, na modernização dos equipamentos de impressão. Tal notícia recebeu destaque na publicação de *O Cruzeiro*, do dia 3 de Janeiro de 1931:

“O *Cruzeiro* inaugurou a rotogravura na imprensa nacional, e que serviu de campo experimental da rotogravura no Brasil, inaugurará em breve a rotogravura a cores, para o que já tem montada nas suas oficinas a gigantesca rotativa de cinco unidades vindas da Alemanha (...). Contamos que, brevemente *O Cruzeiro* haja concluído a sua remodelação, utilizando novos maquinismos e se tenha tornado a mais luxuosa, atraente e artística revista semanal, que jamais houve no Brasil”.¹⁶

De fato, em breve as páginas de *O Cruzeiro*, ganhariam cor, a princípio, exclusivamente em ilustrações e caricaturas, e bem mais tarde em fotografias.

Em sua primeira fase editorial que se prolongaria até o final da década de 1930, a revista *O Cruzeiro*, apesar de em muitos pontos se assemelhar às publicações anteriores, especialmente à *Revista da Semana*, apresentou um caráter mais cosmopolita, obtido através da utilização dos serviços das agências de notícias internacionais, ampliando o seu universo temático. Um exemplo disso foi o aparecimento de sessões exclusivas para notícias internacionais, como a chamada: “*Pelas Cinco Partes do Mundo*”.

No entanto, foi a partir dos anos quarenta que a revista incorporaria definitivamente o estilo norte-americano, incluindo desde então, nas suas primeiras páginas um detalhado expediente, onde se pôde constatar a especialização dos serviços da revista em vários

¹⁵ Sussekind, Flora, op, cit., p. 35.

¹⁶ *O Cruzeiro*, 3.1.1931.

departamentos, nos moldes das famosas revistas *Life* e *Look*. Por esta época, a revista já contava com uma tiragem de 120.000 exemplares.

Dentre os repórteres que faziam parte do quadro regular da revista *O Cruzeiro*, constavam: David Nasser, Edmar Morel, Nelson Mota, Rocha Pita, Nelly Dutra, entre outros. Como colaboradores eventuais: José Lins do Rego, Rachel de Queiroz e Millôr Fernandez. Cabe ressaltar que foi nesta revista, que primeiro se concedeu o crédito fotográfico, contando inclusive com um departamento fotográfico que reunia fotógrafos como: Jean Manzon, Edgar Medina, Salomão Scliar, Lutero Ávila, Peter Scheir, Flávio Damm, José Medeiros, etc.

Com tais mudanças a revista *O Cruzeiro*, promoveria uma reformulação geral no padrão das publicações ilustradas, que tiveram de reorientar toda sua linha editorial, no sentido de poder concorrer com o novo padrão estético imposto por tal revista. Algumas publicações que tradicionalmente tinham uma boa entrada no mercado, tais como: a *Careta*, *Fon-Fon* e *Revista da Semana* conseguiram sobreviver e se reformular.

Outro dado importante para a reformulação da linha editorial das revistas ilustradas, incluindo a própria *O Cruzeiro*, foi o surto editorial dos anos trinta, que elevaria o livro a um bem de consumo mais requisitado do que nos anos anteriores.

Como explica Sérgio Miceli, este fenômeno ocorreu, por um lado, devido às mudanças no sistema de ensino, tais como: a abertura das primeiras faculdades de educação, filosofia, ciências e letras, à criação de novos cursos superiores, à introdução de novas disciplinas nos currículos e ao impulso dado ao ensino técnico profissionalizante; por outro lado, devido à introdução de inovações mercadológicas nas estratégias de vendas, entre as quais se destacaram: a implantação do serviço de reembolso postal, contratação de representantes e viajantes, além de mudanças na feição gráfica dos livros, com o intento de ajustar o acabamento das edições às diferentes camadas do público.

Com efeito, este conjunto de transformações contribuiu, ainda mais, para a transformação da composição editorial das revistas ilustradas. Um índice desta tentativa de manterem-se como opção alternativa ao livro, foi a supressão, na maioria das revistas, dos romances em fascículos, contos e as crônicas mundanas, substituídas por reportagens atualizadas e pelo fotojornalismo. A partir de então, a imprensa periódica, assumiria decisivamente, o papel de relatora da verdade, reunindo através do fotojornalismo, o fato e

a foto, o repórter e o fotógrafo. Com isso, a imagem confirmaria o texto, a realidade se revelaria na fotografia. Não haveria mais possibilidade de dúvida, a verdade poderia ser lida e vista.

4.2 – A CRÔNICA FOTOGRÁFICA NAS REVISTAS ILUSTRADAS.

“Um dado aparente, circunstancial, um pouco do vivido recriado em meios-tons.

Contar um caso, relatar um fato, inventar memórias em texto breve mais sem limite de tempo, pois este é recriado pelo olhar preciso daquele que narra.

Escrever e fotografar, compor mensagens com signos diferenciados, que por vezes se antagonizam, mas que em outras se complementam.

Ambas compõem o quadro de uma cultura múltipla, unificada, por vezes, por padrões poéticos, estéticos, etc que criam comportamentos e engendram ilusões.

Palavra e imagem, por que não?

As palavras nas crônicas e notícias e as imagens nas fotografias são elementos que constituem basicamente as revistas ilustradas.¹⁷ Enquanto a crônica constitui um discurso composto por signos verbais, a fotografia compõe uma mensagem, exclusivamente de signos não-verbais. Nas revistas ilustradas a relação entre estes dois sistemas de signos foi inevitável. Tal relação se estabeleceu de forma diferenciada ao longo dos períodos que marcaram a evolução histórica das publicações ilustradas.

A expressão crônica fotográfica deve, portanto, ser compreendida na individualidade dos termos que a compõe, e desta forma, buscar o significado, separadamente das unidades que a constitui.

A crônica persegue o acidental, o flagrante da esquina, uma conversa fiada, um incidente doméstico, etc, e faz isso por meio de uma

“composição aparentemente solta, com ar de coisa sem necessidade que costuma assumir, ela se ajusta à sensibilidade de todo o dia. Principalmente porque fala de perto ao nosso ser mais natural (...) e recupera com a outra mão uma certa profundidade de significado e um certo acabamento de forma de que de repente podem fazer dela uma inesperada, embora discreta, candidata a perfeição”.

¹⁸

Além disso, a crônica, tanto pelo seu suporte de divulgação fundamental: os jornais e revistas periódicas, quanto pela capacidade de tornar a literatura algo íntimo, ensina a conviver mais próximo à palavra. A crônica recupera o banal tornando-o excepcional.

¹⁷ É importante considerar o papel representado pelo desenho tanto em caricaturas como na parte de ilustração e arte final das revistas.

¹⁸ Candido, Antonio. “A Vida ao Réis do Chão”. In: *Para Gostar de Ler*, São Paulo, Editora Ática, 1982, Volume V, p. 5.

A fotografia não difere muito. O dado aparente, o momento exato, a conjugação de significados precisos de rápida compreensão, o toque pessoal, etc, são pontos comuns entre a crônica e a fotografia que viabilizam a utilização da expressão: crônica fotográfica.

A fotografia ao fixar imagens no espaço e no tempo cria uma narrativa. O narrador/fotógrafo atua como cronista do seu tempo que, captando a especialidade do cotidiano ou a monumentalidade de um certo evento, faz mais do que reproduzir simples aparências. No ato de fotografar compõe mensagens que transmitem significados captados e recriados em representações e comportamentos socialmente aceitos como válidos.

Sendo assim, a fotografia comunica que, por mais pessoais que possam parecer, inserem-se em um conjunto de escolhas possíveis, delimitadas pelo quadro cultural de uma época, e realizadas pelo fotógrafo mediante, tanto as opções técnicas que compõe o arsenal de recursos a seu alcance, como pela ideologia na qual está inserido ou comprometido. Nesse sentido, cabe à cultura comunicar os significados e a ideologia estruturá-los em discursos coletivamente reconhecidos como verdadeiros.

4.2.1 – FLAGRANTES E INSTÂNTANEOS

“Mme Sans Ride, V.EX. está profundamente equivocada. As fotografias de Careta são feitas pelo Botelho, um que tem cara de americano e anda pela cidade de bicicleta ou então num barulhento tricar. Pode dirigir-se-lhe sem receios quando o encontrar (ele anda sempre com a máquina). É muito amável”.¹⁹

“Fon-Fon precisa fazer uma declaração:

Muitas vezes perguntam, principalmente do interior, quanto custa a publicação de um retrato ou grupo em suas páginas. Precisamos declarar, uma vez que todas, que as pessoas que a Fon-Fon, se preza em gravar em suas páginas nada pagam por isso. É um preito que a Fon-Fon lhes presta gratuitamente e com isso se julga muito honrado “.²⁰

Ambas as passagens demonstram o fascínio que a fotografia provocou, ao ser introduzida nas revistas ilustradas no início do século XX. Apontam também para o papel de divulgação dos hábitos e de promoção das personalidades da camada rica da população que, a todo o custo queria comprar os seus ingressos para a História.

Assim, até o final dos anos vinte, a fotografia comporia um texto paralelo ao escrito, composto pela presença maciça de fotomontagens.

¹⁹ Revista *Careta*, seção “Gaveta de Cartas”, 13.6.1908.

²⁰ Revista *Fon-Fon*, 15.5.1914.

Os eventos políticos, esportivos, sociais e artísticos da cidade, juntamente com a vida “mundana” da elite carioca, com destaque para a “flanerie”, nos espaços reformados da capital, caracterizaram a grande maioria das imagens de tais publicações.

O deslumbramento visual e a confiabilidade naquilo que as fotografias representavam, promoveram a sua proliferação nas revistas ilustradas. O poder de convencimento das imagens fotográficas era reforçado pela recuperação em dar espontaneidade às fotos nitidamente posadas, como fica evidente nos “flagrantes” da revista *Fon-Fon* e nos “instantâneos” da *Careta*. Isto porque, a foto instantânea cria a ilusão de um comportamento arraigado a ponto de ser surpreendido.

Com efeito, é neste primeiro período, a cidade reformada e transformada em Capital Federal, urbanizada e saneada, e o cidadão civilizado e “chic”, foram os objetos centrais da crônica fotográfica.

Em novembro de 1928, com o lançamento da revista *O Cruzeiro*, as imagens fotográficas passariam a ser consideradas o espelho da vida real!

Nesse sentido a fotografia seria valorizada como ampliação do texto escrito. Em todas as páginas desta revista, e também de suas contemporâneas, existiam fotografias: retratos pequenos ilustrando e textos, fotomontagens reproduzindo eventos, imagens ampliadas difundido padrões estéticos que eram divulgados pelos concursos de fotografia.

Sobre tais concursos cabe ressaltar que, em seu regulamento se delimitava o que e como deveriam ser fotografado. Estabelecia, assim, normas e critérios de julgamento que acabariam por limitar, ainda mais, o conjunto de escolhas possíveis, moldando a imagem final de acordo com a mensagem que a revista desejava transmitir. Forte foi a influência das imagens dos fotoclubes, em tais concursos, tanto pela participação dos membros do fotoclube Brasileiro, na comissão julgadora, quanto pela ampla presença de fotógrafos, ligados ao fotoclube, enviando fotografias para os concursos. A estética fotoclubística valorizava a natureza em imagens que apresentavam o detalhe do corpo humano, a simetria e o contorno dos morros, praias e outras paisagens da cidade.

Sendo assim, a crônica fotográfica deste período ficaria dividida entre a paisagem e o evento. Esta segunda opção, mais constante,²¹ visava transferir o leitor para o acontecimento. Através de fotografias grandes, nítidas e com elementos bem distribuídos o

leitor vai à praia, à parada, ao baile, às compras, etc. A foto vai onde a vida está acontecendo, uma vida que se processa ao sabor do acidental.

Já em meados da década de 1930, a fotografias das revistas ilustradas sofreria forte influência das tendências internacionais, dentre as quais a que mais se destacou foi a de Cartier-Bresson.

Cartier-Bresson, trabalhando como fotógrafo free-lance ou contribuindo com “magazines” de tendência intelectual e artística, como o periódico francês *Vu*, despontou com o seu conceito de “momento decisivo”. Este tipo de trabalho, realizado com uma máquina fotográfica de filme 35mm, a LEICA, incorporava a inter-relação, corpo e mente que intuitivamente reconhece o momento exato, quando elementos formais e psicológicos se conjugam no campo visual compondo um quadro significativo. Cartier-Bresson afirma que: “a fotografia é o simultâneo reconhecimento, numa fração de segundos, do significado de um evento assim como a precisa organização das formas que fornecem ao evento uma expressão própria”.²²

Assim, toda a produção subsequente de fotografias com câmeras de mão, principalmente as que se utilizavam o filme de 35mm, foi amplamente influenciada pelo conceito de “momento decisivo”. A maioria dos fotógrafos de imprensa ativa, a partir dos anos 40, seguiu este conceito, produzindo imagens cuja marca distintiva era o estilo pessoal e a sensibilidade apurada de captar no tempo certo a cena exata.

A rapidez na imagem captada, na reprodução da imagem e na composição do texto final comporia, neste período, uma nova linguagem fotográfica: o fotojornalismo. Uma linguagem imbuída de um caráter fundamentalmente didático e de um controle rígido na correlação texto imagem por parte da equipe editorial. De acordo com essa nova tendência, as fotos não eram simplesmente espalhadas no texto, mas, com diferentes tamanhos e formatos, arranjadas rompendo, com isso, os esquemas tradicionais de tamanho e enquadramento. Muitas vezes ultrapassavam a página inteira invadindo a página lateral. Este novo tipo de programação visual criou a fama de revistas como a *Life*, *Paris Match*, *Look* e *O Cruzeiro*.

²¹ Na terceira parte deste capítulo desenvolver-se-á uma análise mais detalhada sobre a expressão e o conteúdo de duas séries fotográficas escolhidas como exemplo.

²² Roseblum, Naomi. *A World History of Photography*, New York, Abbeville Press, 1984, p. 438.

A partir dos anos quarenta, não era mais a vida mundana que consistia na temática principal das fotografias, apesar dos eventos políticos, artísticos e esportivos, continuarem sendo retratados. A fotografia passaria a incorporar outras preocupações, que não as de reafirmar a conquista dos espaços públicos pelo grupo no poder ou de retratar a fruição de uma vida tranqüila da classe dominante nos espaços conquistados: a praia, as avenidas, entre outros. Havia que se estruturar novas mensagens que reafirmassem o código dominante em torno de temas específicos, que antes não haviam sido tratados, mas que neste momento não poderiam ser deixados de lado, na pauta do dia, pelo perigo de uma outra lente captá-los.

Nesse sentido, temas como a guerra, os problemas urbanos, a educação básica, a questão social, etc, retratados onde estavam ocorrendo, ou seja, nos campos de batalha, na necessidade de saneamento da Baixada Fluminense, nas escolas, nos asilos de loucos e crianças abandonadas, tornaram-se objeto dessa nova crônica fotográfica.

A partir de então, não mais se registraria, puramente a aparência que corria solta pelas ruas, salões, lojas, etc, na rapidez de uma vida tornada repentinamente moderna. O que era moderno já havia entrado para o cotidiano, ninguém mais se espantava quando as luzes da avenida Rio Branco eram acesas. O objeto desta nova crônica fotográfica estruturava-se sobre uma escolha temática precisa, que visava a tomada de opinião por parte do leitor. Uma opinião que, na maior parte das vezes, já fazia parte do enredo montado pela íntima relação fotógrafo e editor. O fotojornalismo estruturaria uma nova mensagem através da imagem, uma mensagem que visava, fundamentalmente naturalizar as representações de classe e reforçar com o texto escrito a força de convencimento da imagem fotográfica, como bem caracteriza Alfredo Bosi na seguinte passagem:

“De um ícone do objeto que se fixou na retina, de um fantasma da hora de devaneio, a imagem finita e simultânea, é percebida pelo olho, mas transmitida pela palavra. As redes de imagens se condensam e se substituem finitas e simultâneas e são absorvidas por similitudes e analogias. Apesar do discurso e da imagem pretenderem reproduzir o mundo, há diferenças específicas dos modos imagético e lingüístico de acesso ao real. A transmissão lingüística da imagem lhe dá essa predicação, expande suas relações, qualidades e liames, embora a imagem seduza mais e mais prontamente”.²³

²³ Bosi, Alfredo. “““.

4.3 – PASSOS DE ANÁLISE

4.3.1 – A ESCOLHA DO CORPUS

Cerca de 500 títulos foram publicados no espaço-tempo, deste trabalho, ou seja, de 1900-1950, na cidade do Rio de Janeiro.²⁴ Foi preciso organizar uma estratégia para a utilização do material impresso levantado.

A primeira alternativa foi delimitar a análise às revistas ilustradas de críticas de costumes publicadas semanalmente e destinadas a um público determinado: moradores das cidades, alfabetizados ou com acesso a um universo de informação mais amplo. Dentre estas revistas somente àquelas que cobrissem o período inteiro seriam consideradas. Tal medida já contribuiu para a exclusão de grande número de títulos, tendo em vista que, a maior parte dos periódicos ilustrados estava fragmentada ou possuía existência limitada.

Portanto, com a opção metodológica feita para o desenvolvimento do presente trabalho, requer a utilização de séries longas e homogêneas, a utilização de publicações fragmentadas ou de curta duração comprometeria o desenvolvimento da análise.

Para se avaliar quais os títulos mais significativos, dentre aqueles que sobraram da primeira avaliação, procedeu-se a uma pesquisa entre senhoras e senhores da faixa etária de 60 a 80 anos. Questionou-se sobre o material lustrado mais requisitado na época. Foram entrevistados cerca de vinte pessoas, pertencentes à camada rica da população carioca que escolheram quatro títulos: *Fon-Fon*, *Careta*, *O Cruzeiro* e a *Revista da Semana*.

Como o universo de amostragem não foi suficientemente amplo, por limites do próprio trabalho, procurou-se em fontes secundárias a confirmação da escolha.²⁵ Assim como a avaliação, que por mais parcial que fosse das tiragens ou comentários sobre a divulgação contidos nas próprias revistas.

O primeiro problema encontrado foi a dificuldade de consulta dos primeiros dez anos da *Revista da Semana* e posteriores falhas no acervo das instituições. Fato que levou a exclusão desta importante publicação do conjunto da análise.

²⁴ A totalidade destas publicações encontra-se na Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro; outras instituições, tais como a Biblioteca Estadual e o Instituto Histórico e Geográfico, ambos também no Rio de Janeiro, conservam-se algumas de tais publicações em excelente estado de conservação.

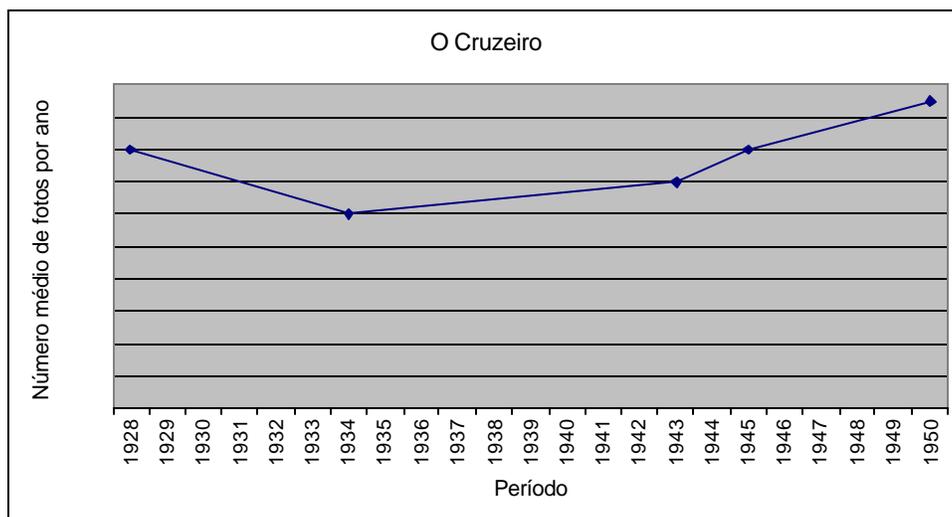
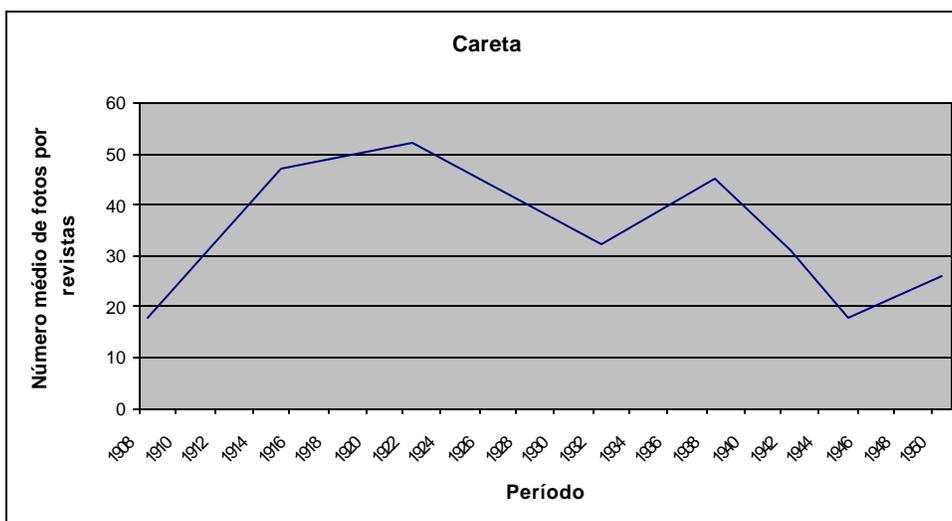
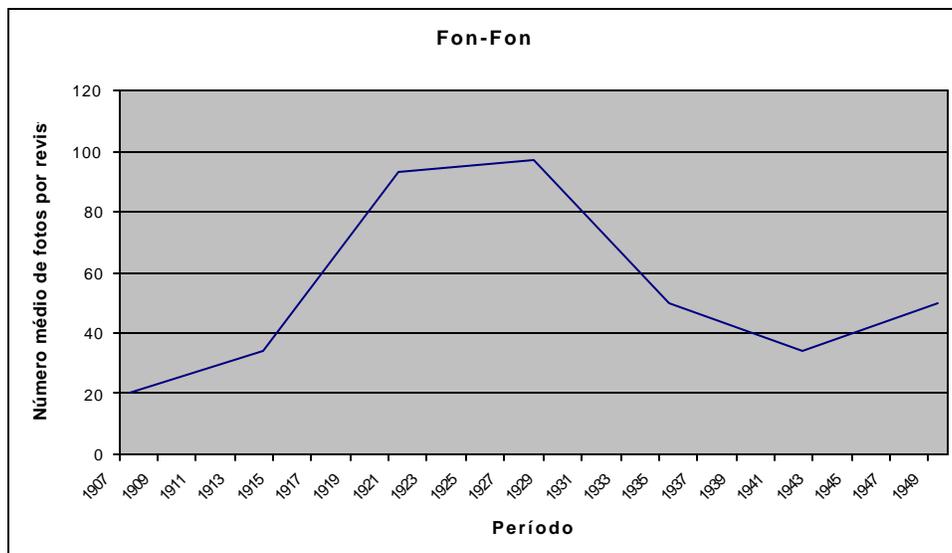
²⁵ Dentre os principais títulos consultados destacam-se: Sevchenko, Nicolau, op. cit. Broca, B. “A Vida Literária em 1900”; Ferrez, Gilbert, “A Mui Leal Heróica Cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro” e Cruls, Gastão. “A Aparência do Rio de Janeiro”; Todos estes títulos estão relacionados na bibliografia.

Restaram assim, três títulos: *Fon-Fon*, *Careta* e *O Cruzeiro*, que foram avaliados quase que integralmente – para cada ano foram consultados três números – buscando-se delimitar momentos em que as revistas tivessem sofrido alguma modificação na expressão e no conteúdo das imagens. Posteriormente, foram escolhidos anos-chaves que atestassem tais mudanças:

- *Fon-Fon*: 1907, 1914, 1921, 1928, 1935, 1942, 1949.
- *Careta*: 1908, 1915, 1922, 1932, 1938, 1942, 1945, 1950.
- *O Cruzeiro*: 1928, 1934, 1943, 1945, 1950.

Para cada ano foram escolhidas e reproduzidos três números, relativos cada um, a uma época do ano: janeiro, julho e dezembro, com o intuito de cobrir os principais eventos da cidade, tais como: as festas de fim de ano, o carnaval, e as aberturas de temporada – verão e inverno. Dentre estes três números foram escolhidos para análise, mais detalhada, aquele que apresentava maior número de fotos. Estas foram fichadas e tabuladas.

Neste momento constatou-se que as revistas *Careta* e *Fon-Fon* possuíam o mesmo tipo de imagem inclusive, numericamente, ao longo do tempo apresentaram uma variação semelhante como fica demonstrado nos gráficos abaixo:



Optou-se pela utilização da revista *Careta*, por estar em melhor estado de conservação e consulta, e por ser, tal como a *Fon-Fon*, representante significativa de sua época.

De acordo com os gráficos das páginas anteriores, tanto a *Fon-Fon*, como a *Careta*, iniciaram suas publicações com um número médio de fotografias que foi aumentado gradualmente, até o lançamento da revista *O Cruzeiro*. A partir deste período, ambas revistas sofreram um declínio no número de fotos, sendo que a *Careta* conseguiu uma relativa recuperação no final dos anos trinta e depois nos anos cinquenta, juntamente com a *Fon-Fon*. Tal fato se explica pela necessidade de tais revistas se adaptarem ao padrão de imagem imposto pela revista *O Cruzeiro*.

Esta publicação, por sua vez, foi lançada com um número significativo de fotografias, que se igualava ao das outras revistas, após anos de publicações. Sofreu uma queda nos anos trinta, devido ao maior controle do Estado Novo nas publicações. Por esta época as revistas ficaram limitadas às imagens permitidas ou cedidas pela agência de propaganda governamental, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

O fato é que todas as três revistas entraram na década de 1950, havendo recuperado uma padrão numérico, bastante significativo, e com isso reafirmando o poder da imagem fotográfica como forma de comunicação.

No conjunto a coleção de fotografias da revista *Careta*, no período delimitado por este trabalho, é de 335 imagens e da revista *O Cruzeiro* de 532. Enquanto a primeira revista corresponderá exclusivamente, àquele primeiro período que se inicia nos primeiros anos de 1900 e se prolonga até 1928. A segunda será o exemplo básico do período seguinte, sendo que, a partir de então, a repercussão de sua influência será avaliada nas fotografias da revista *Careta*.

4.3.2 – O EIXO DE ANÁLISE: A CODIFICAÇÃO DA NOÇÃO DE ESPAÇO

Da mesma forma que na coleção familiar, o eixo de análise escolhido foi o da codificação da noção de espaço. Tal escolha foi feita, tanto pelos mesmos motivos, que foram atribuídos quando da escolha anterior, quanto pela necessidade de se proceder a uma

posterior comparação das duas agências de produção da imagem – a família e as revistas ilustradas.

Uma análise comparativa fez-se necessária, como meio de recuperar de forma mais completa, os quadros de representação e os códigos de comportamento do período que caracterizassem o processo de formação de uma sociedade tipicamente burguesa, no Rio de Janeiro, ao mesmo no que diz respeito ao grupo estudado: a classe dominante, a camada rica e poderosa da população carioca.

Nesse sentido, a análise se processará de acordo com as cinco categorias espaciais estabelecidas para a coleção familiar, ou sejam:

- O espaço fotográfico
- O espaço geográfico
- O espaço do objeto
- O espaço da figuração
- O espaço da vivência.

Definidos da mesma forma que no Capítulo III.

4.4 – DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE

4.4.1 – O ESPAÇO FOTOGRÁFICO

A composição do espaço fotográfico está intimamente relacionada ao tipo de aparelhagem utilizada. A máquina fotográfica limitará as possibilidades de enquadramento, tamanho, profundidade de campo e nitidez da foto.

As imagens fotográficas das revistas ilustradas sofreram uma variação de padrão correspondente à própria evolução da técnica fotográfica, e do acesso que as redações das revistas tinham a este progresso tecnológico. À parte disso, mais um fato interfere na composição do espaço fotográfico, nesta agência em particular, qual seja, a relação da imagem com o texto escrito.

Nesse sentido, as variáveis na composição do espaço fotográfico, nas revistas ilustradas foram as seguintes:

- *Tamanho da foto*: variou entre pequeno, médio e grande. As fotos pequenas tomaram, no máximo 1/8 do espaço total da página, a média, cerca de 1/4 e a grande,

mais de ½. A opção por expressar os valores métricos em frações, deveu-se ao fato de que as fotografias variaram muito de tamanho, com diferenças por vezes significativas, mas por outras não, impedindo com isso o estabelecimento de um padrão métrico.

- *Formato da foto*: variou entre o formato retangular, que inclui o retângulo e o quadrado, e o formato circular, que inclui o oval e o redondo, ou outra forma semelhante, como no caso de fotos dentro de letras ou emolduradas.
- *Suporte da foto*: a sua relação com o texto escrito e com a linguagem fotográfica. Sendo assim, quatro tipos de relação foram estabelecidos e um dado foi levantado:
 - 1ª relação: Reportagem fotográfica com título, texto e legenda.
 - 2ª relação: Reportagem fotográfica com título e legenda.
 - 3ª relação: Fotografia avulsa com título e legenda.
 - 4ª relação: Fotografia avulsa somente com título.

O dado a ser levantado foi a existência de parceria entre repórter e fotógrafo, ambos assinando seu texto, o escrito e o imagético. Tal recurso foi utilizado para se detectar a presença mais nítida da linguagem fotojornalística.

- *Tipo da foto*: posada ou instantânea, para se avaliar o grau de naturalidade das fotos e de se detectar a existência de comportamentos emergentes.
- *Enquadramento*: item que reuniu o sentido, a direção, a distribuição dos planos, o objetivo central e o arranjo das fotos coletivas, como forma de avaliar a hierarquização desse espaço fotográfico e possíveis seqüências de significados.
- *Nitidez*: item que inclui o foco, a impressão visual e a iluminação, contribuem para avaliar-se a existência de determinadas invariáveis na linguagem fotográfica de imprensa.

Por fim, no item produtor, devido à inexistência de fotografias de amadores, a opção ficou restrita ao reconhecimento ou não do fotógrafo.

A) Avaliação do espaço fotográfico na revista *Careta*

Em relação ao tamanho, a coleção de fotografias da revista *Careta*, no seu conjunto está composta por 40% de fotos pequenas, 30% de fotos médias e 30% de fotos grandes. A incidência de fotos pequenas para o conjunto da coleção se deve a dois fatores:

1º - O próprio tamanho da revista era reduzido. Esta publicação, ao longo de toda a sua trajetória manteve o mesmo tamanho: 26,30 cm de altura e 17,30 cm de largura.

2º - A opção majoritária do suporte fotográfico que foi a de reportagem fotográfica com título e legenda. Tal suporte concentrou 44% do total de fotos da coleção, compondo páginas que se apresentaram com uma padronização própria.²⁶

Além de pequenas, a maioria das fotos da coleção desta revista, são retangulares (97%). As fotos circulares, 3% da coleção, fazem parte do tipo de suporte que relaciona as fotos avulsas com título, existentes basicamente até o final dos anos 20.²⁷

Dentre os outros tipos de suporte, as fotos avulsas com título e legenda concentram 29% das fotos da coleção, as reportagens fotográficas com título e texto e legenda reuniram 26% e as fotos avulsas somente com título.²⁸

A proporção acima apresentada aponta para uma utilização própria da fotografia, num texto imagético específico, que se relaciona com a linguagem verbal através do título e da legenda, tanto como recurso explicativo, quanto meio de direcionar o leitor para uma determinada compreensão da mensagem fotográfica. Sendo assim, pode-se afirmar que o espaço fotográfico, desta revista, não era independente, mas mantinha uma certa autonomia em relação ao texto escrito.

Além disso, a opção pela reportagem fotográfica com título e legenda concedia um certo movimento à imagem, por ser formada de seqüências de fotos em torno de um mesmo tema.

No que diz respeito ao tipo de foto, para o conjunto da coleção contabilizou-se cerca de 68% de fotos posadas contra 20% de fotos instantâneas simples e 2% de instantâneos de movimento, estes concentrados no segundo período, nas fotos de esporte, quando o material utilizado já possibilitava que se congelasse o movimento, sem prejuízo da nitidez.

Entretanto, não foi somente devido aos limites da capacidade técnica que a prioridade para o conjunto da coleção foi de fotografias posadas, posto que para o primeiro período, nos dois números analisados – 1908 e 1915 –, a incidência maior é de fotos

²⁶ Seqüências de fotos n°: 52^a – 60^a; 102^a – 105^a; 174^a – 186^a e 216^a – 222^a.

²⁷ Fotos n° 2^a, 9^a, 10^a.

Seqüência de fotos n°: 40^a – 42^a e 96^a – 98^a.

²⁸ 1º Grupo Fotos n°: 131^a, 132^a, 49^a; 50^a, 240^a e 255^a.

2º Grupo – Seqüência de fotos n°: 256^a – 277^a.

3º Grupo – Foto n° 67^a.

instantâneas. Fato que se permite concluir que antes de um limite técnico, a escolha pela pose, é uma concepção específica do espaço fotográfico, mais organizado e homogêneo.

Tal conclusão se confirma na avaliação dos itens sentido e direção da parte do enquadramento e no entrecruzamento dos itens sentido e tipo da foto, como fica exposto nas tabelas abaixo:

ANO	DIREITA	ESQUERDA	CENTRO	INSTÂNTANEO	POSADA
1908					
Horizontal	4%	11,5%	27%	35%	7,5%
Vertical	11,5%	19%	27%	50%	7,5%
1915					
Horizontal	14%	21,5%	37%	45%	27,5%
Vertical	15,5%	4%	8%	19,5%	8%
1922					
Horizontal	14%	14%	45%	10%	64%
Vertical	-	10%	17%	2%	24%
1932					
Horizontal	20%	20%	50%	20%	66%
Vertical	-	-	10%	-	14%
1932					
Horizontal	16%	13%	68,5%	5,5%	92%
Vertical	-	-	2,5%	-	2,5%
1938					
Horizontal	10%	6,5%	47,5%	19,5%	44,5%
Vertical	8%	11,5%	16,5%	3,5%	32,5%
1942					
Horizontal	9%	12,5%	34,5%	12,5%	43,5%
Vertical	6,5%	22%	15,5%	6,5%	37,5%
1945					
Horizontal	6,5%	12,5%	37%	-	56,5%
Vertical	12,5%	6,5%	25%	-	43,5%
1950					
Horizontal	7,5%	13%	18%	23%	15,5%
Vertical	15,5%	20,5%	25,5%	28%	33,5%
Total					
Horizontal	14%	11%	37%	20%	46%
Vertical	7%	13%	20%	12%	22%

Na primeira avaliação verificou-se a prioridade, para o conjunto da coleção de sentido horizontal e da direção central. No caso específico da revista *Careta* a variação de sentido e direção foi muito pouca. Quando se apresenta estão, tanto mais, relacionadas às questões de programação visual – como meio de quebrar a monotonia mudando a direção do olhar e fornecendo mais movimento às imagens – do que à seqüência de significados mais elaborados, como se apresentou no caso das fotografias familiares.

Já no entrecruzamento do tipo de foto com o sentido empregado, o que se observa é o predomínio, no conjunto, das fotos posadas e horizontais, reafirmando o caráter de organicidade e equilíbrio das imagens intencionalmente preparadas. Isto porque, a opção pelo sentido horizontal, permite uma coordenação mais distinta dos planos através do seu alinhamento sucessivo e em profundidade. Este recurso que fica prejudicado nas fotos verticais, já que a organização dos planos se faz em altura e não em profundidade.²⁹

A grande maioria das fotos da coleção apresentam dois planos distintos, reunindo cerca de 80% das fotos da coleção. O restante são de fotografias com um único plano e com três planos distintos. Não foi constatada a existência de fotos com mais de três planos distintos.

Tal opção técnica contribui para a clareza na distinção dos elementos da foto, e evidencia um recurso de expressão das fotos se imprensa, qual seja, a opção por uma composição com um conteúdo restrito de informações que não prejudicasse a objetividade das imagens, cuja função fundamental era que fossem vistas e imediatamente compreendidas e assimiladas.

Em termos de objeto central, o grupo misto foi o que ocupou o plano central em um maior número de fotos, reunindo 23% do conjunto das fotos, sendo seguido pelos homens (18%) e pelas mulheres (12%).

Nas fotografias de grupo o arranjo ficou dividido quase igualmente entre o grupo organizado em linha reta e o grupo organizado em semicírculo, apresentando uma pequena proporção de fotos com pessoas espalhadas. Tal tendência reafirma a característica de um espaço fotográfico equilibrado e arranjado de forma homogênea.

O item nitidez colaborou para reafirmar, a característica acima descrita, na medida em que a maioria das fotos da coleção estão com todos os planos em foco, linhas definidas sem sombra e com contraste. Um padrão de nitidez que pode ser estendido para a maioria das fotos de revista que tinham como proposta fundamental a objetividade da informação transmitida através da mensagem fotográfica.

Assim, contornos bem definidos, planos distintos, equilíbrio de elementos e homogeneidade na organização da composição são atributos do espaço fotográfico da

²⁹ Exemplo de fotos horizontais n°: 18^a – 21^a, 24^a, 27^a, 34^a, 46^a, 47^a, 47 a', 83^a, 100^a, 123^a, 124^a, 132^a, 138^a, 225^a, etc.

Exemplo de fotos verticais n°: 25^a, 54^a, 61^a – 66^a, 126^a, 223^a – 226^a.

revista *Careta*, para o conjunto da sua trajetória. Avaliar-se-á, posteriormente, a influência da revista *O Cruzeiro*, em alguma modificação nesta publicação.

B) Avaliação do espaço fotográfico na revista O Cruzeiro

A coleção composta por fotografias da revista *O Cruzeiro* é formada, na sua maioria por fotos pequenas que reúnem 58% das fotos do conjunto. O restante das fotos ficaram divididas em 26% de fotos médias e 14% de grandes.

Em *O Cruzeiro* a escolha por fotos pequenas baseou-se fundamentalmente no tipo de suporte fotográfico majoritário: a reportagem fotográfica com título, texto e legenda. Este suporte reuniu 71,5% do conjunto de fotos da coleção, e deste montante cerca de 50% foram realizadas nos moldes do fotojornalismo, ou seja, em parceria com a equipe de redação e a equipe fotográfica.

Neste caso a fotografia está disposta de forma a ampliar o texto escrito, como uma espécie de confirmação por imagens de informação verbal. Sua composição, apesar de prioridade de fotos pequenas, conta com fotos grandes que algumas vezes ultrapassavam a página inteira envolvendo o leitor na idéia e no assunto.³⁰

Por outro lado, as fotografias pequenas também contribuíram na ilustração de textos de personagens famosos que, tinham nas revistas ilustradas, um dos poucos veículos de exposição pública de sua imagem.³¹

A reportagem fotográfica com título e legenda, que conta, em grande medida, com fotografias pequenas alcançou reunir 18% do conjunto das fotos: concentradas principalmente no primeiro número da revista que ainda recebia forte influência estética das revistas tradicionais. No restante da coleção, as fotos avulsas, tal como as circulares tiveram pouca expressão.

Neste sentido, a imagem fotográfica na revista *O Cruzeiro* está intimamente relacionada ao texto escrito. Sendo assim, o espaço fotográfico coloca-se, nesta revista, como adjacente à linguagem verbal, numa relação de complementaridade. No caso, o leitor ficava completamente cerceado na liberdade de interpretação, devido ao caráter didático que a imprensa assumia, principalmente, a partir da década de 1940, com a predominância, nas páginas da revista do fotojornalismo.

³⁰ Seqüências de fotos n°: 32c – 41c; 329c – 344c; 301c – 315c.

Por outro lado, foi justamente por estarem intimamente relacionadas ao texto escrito, que as imagens fotográficas da revista *O Cruzeiro* possuem um caráter inovador, em termos de imprensa ilustrada, de época. Além disso, lançou novas opções de enquadramento e introduziu a mudança de ângulo na tomada da foto com opções de cima para baixo e vice-versa.

Em termos de enquadramento a grande novidade foi a priorização do sentido vertical, concedendo mais importância ao primeiro plano, onde fica concentrado o objetivo central da foto. Tal mudança contribuiu para reafirmar a pretensa objetividade da imagem que passaria a contar com menos atributos, devido à exclusão de outros planos, ao mesmo tempo em que direciona o olhar do leitor para aquilo que deve ser apreendido.³²

A segunda inovação, a tomada de fotos de cima para baixo e vice-versa, apesar de incipiente, 10% do conjunto de fotos e concentradas nos números finais, denota a capacidade da imagem fotográfica de se influenciar com outros meios de comunicação, no caso o cinema, que já nos anos quarenta, sob a influência do filme “Cidadão Kane”, de Orson Welles, promovia uma “revolução” de ângulos na sala escura.³³

Apesar dessas novidades na forma de expressão fotográfica, ainda se manteve determinados padrões de composição tais como: a foto posada que reúne 59% das fotos da coleção, e da direção central que continua como padrão nas fotos de revista com 56% do conjunto.

Como fica demonstrado na tabela abaixo, as fotografias verticais, centrais e posadas mantiveram sua hegemonia por todo período estudado:

ANO	DIREITA	ESQUERDA	CENTRO	INSTÂNTANEO	POSADA
1928					
Horizontal	8%	4,5%	31,5%	12,5%	31%
Vertical	4,5%	7%	44,5%	3,5%	52%
1934					
Horizontal	6,5%	9,5%	29,5%	13,5%	32,5%
Vertical	2,5%	6,5%	44,5%	20%	34%
1943					
Horizontal	2,5%	9,5%	38%	18%	30,5%
Vertical	11%	3,5%	35,5%	15%	36,5%
1950					
Horizontal	3%	2%	7,5%	8%	4,5%

³¹ Sequências de fotos n°: 54c – 60c; 184c – 186c; 273c – 280c.

³² Fotos n°: 48c, 297c, 300c, 320c, etc.

³³ Fotos n°: 246c – 266c, 311c, etc.

Vertical	15%	15,5%	57%	24%	63,5%
1950					
Horizontal	0,5%	2,5%	3,5%	5%	1%
Vertical	15,5%	31,5%	47%	57%	37%
Total					
Horizontal	3,5%	4,5%	16%	10%	14%
Vertical	11,5%	17%	47,5%	30,5%	45,5%

De acordo com estes demonstrativos, apesar do espaço fotográfico não ser equilibrado, possui concentração e homogeneidade na composição, conseguidos através do controle exercido na escolha da pose certa, colocada em evidência no plano central da fotografia.

A tendência a uma concentração na composição é reafirmada pela incipiente presença de fotos com três planos – não chega a 1% do total – e pela concentração maciça dos elementos da foto no primeiro plano. Ocupado tanto por casais, 24% das fotos do conjunto, como por homens e mulheres separados, cerca de 18% para cada grupo.

Daí os homens e as mulheres serem o objeto principal das fotos de *O Cruzeiro*, ocupando sempre o plano central, com o foco voltado para este plano, pois 74% das fotos do total somente o plano central estava no foco. Fato que contribui para aquela tendência anteriormente apresentada, quanto à composição de um espaço fotográfico concentrado e homogêneo.

Além do foco, em termos de nitidez, uma outra mudança na expressão da imagem fotográfica é introduzida por esta revista, qual seja, as fotos com sombra, apesar de concentrarem somente 25% das fotos, também nos números finais. Tal como a mudança de ângulo, a presença de sombras aponta para uma nova proposta estética, onde existe lugar para a subjetividade das fotos artísticas. Tendência presente graças à marca de individualidade introduzida pelas fotografias, com crédito do autor. Nesta revista a maioria das fotos apresentaram crédito fotográfico.

Sendo assim o espaço fotográfico da coleção da revista *O Cruzeiro* é um espaço concentrado no plano central, homogêneo, com pouca profundidade, sexualidade, com linhas e contornos definidos, mas com indícios de subjetividade típica das expressões artísticas.

C) Nota comparativa

Comparando-se a trajetória da revista *Careta* percebe-se, não uma influência imediata da revista *O Cruzeiro*, como se podia esperar, mas uma gradual mudança na relação do espaço fotográfico com o texto escrito. Fundamentalmente o que ocorreu na primeira publicação foi um aumento das reportagens fotográficas com título, texto e legenda e uma verticalização das fotos, principalmente no número de 1950 composto por duas grandes reportagens fotográficas – sobre a vida dos índios no Amazonas e sobre a Copa do Mundo de 1950 – no qual as fotografias verticais ultrapassaram as horizontais, mesmo assim mantendo o padrão de nitidez.

É interessante notar, em ambas as revistas, a existência de um determinado padrão de expressão que sofreu poucas modificações ao longo do tempo. Nesse sentido se pode estender as conclusões do conjunto para as suas partes com as devidas ressalvas já feitas na própria análise.

4.4.2 – O ESPAÇO GEOGRÁFICO

A cidade, suas avenidas, praias, contorno dos morros e a baía – um espaço próximo e vizinho – compõem uma determinada imagem do Rio de Janeiro que, por predominar, silenciam outras.

O Brasil, suas regiões e paisagens compõem uma imagem que expõe tanto o lado da riqueza e do desenvolvimento, como o do pitoresco e diferente de um país tão grande.

O exterior, suas cidades importantes e modo de vida peculiar compõem a imagem da descoberta, incitando a curiosidade para novidades de modas e comportamentos.

O espaço geográfico que constitui a mensagem fotográfica nas revistas ilustradas tem por característica básica a variedade. Entretanto, mesmo dentro desta variedade, existe uma hierarquia de temáticas que são associadas a uns e não a outros.

Sendo assim, na mensagem fotográfica o espaço geográfico é investido de determinado significados que estão intimamente relacionados ao público receptor desta mensagem, impondo-lhe comportamentos e ensinando-lhe a ver o mundo sob um certo ângulo.

Ao longo da trajetória estabelecida para ambas as revistas, o espaço geográfico foi dividido em três grandes blocos regionais:

- O Rio de Janeiro
- Fora do Rio no Brasil
- Fora do Brasil.

O primeiro bloco, por sua vez, foi subdividido em cinco zonas:

- Zona Sul
- Zona Norte
- Centro da cidade
- Subúrbios
- Cidades do Estado do Rio

Tal subdivisão corresponde, de forma aproximativa, à distribuição na época dos lugares no espaço da cidade e do estado. No entanto, não se denominavam desta maneira: a denominação atual foi escolhida para facilitar o reagrupamento de bairros e cidades, segundo algum critério.

O segundo e terceiro blocos, da mesma forma, mantiveram a divisão propriamente geográfica. Com isso, o bloco “fora do Rio no Brasil”, ficou dividido nas regiões brasileiras – Norte, Sul, Centro-Oeste, Nordeste e Sudeste; o bloco restante englobou os seguintes lugares: Europa Ocidental, Leste Europeu, América Latina, Oriente, América do Norte, nesta região, a cidade de Hollywood, pelo seu destaque nas revistas foi contabilizada à parte.

Cada um desses blocos manterá uma relação para com o eixo principal – a cidade do Rio de Janeiro – ora reforçando-lhe o seu caráter cosmopolita, ora atribuindo-lhe determinadas funções que poderiam ser turísticas, políticas ou propriamente de palco para o desfile de personagens da classe em ascensão, a burguesia.

Sendo assim, desenvolver-se-á, em primeiro lugar, uma avaliação sobre a funcionalidade destes blocos no conjunto do espaço geográfico. Para as outras categorias espaciais reservar-se-á a relação dos atributos da paisagem e dos eventos e seus lugares.

A) Revista *Careta*:

A diferenciação do espaço geográfico nesta revista sofreu pouca variação ao longo do tempo como fica demonstrado na seqüência abaixo:

1908:

- Zona Sul: 23%
- Centro da cidade: 23%
- Rio de Janeiro – não determinado: 54%

1915:

- Zona Sul: 59%
- Zona Norte: 6%
- Centro da cidade: 14%
- Exterior: 21% (Divididos entre 19% para a Europa Ocidental e 1% para o Oriente)

1922:

- Zona Sul: 24%
- Zona Norte: 4,5%
- Centro da cidade: 52,5%
- Subúrbios: 2,5%
- Cidades do Estado do Rio: 12% (Niterói)
- Rio de Janeiro – não determinado: 4,5%

1932

- Zona Sul: 43,5%
- Centro da cidade: 33%
- Subúrbios: 3,5%
- Região Sudeste: 6,5%
- Hollywood: 13,5%

1932 (Número dedicado ao Carnaval)

- Zona Sul: 45%
- Zona Norte: 2,5%
- Centro da cidade: 42%

- Subúrbios: 2,5%
- Cidades do Estado do Rio: 2,5% (Campos)

1938

- Zona Sul: 48%
- Zona Norte: 6,5%
- Centro da cidade: 9,5%
- Região Nordeste: 6,5%
- Hollywood: 29,5%

1942

- Zona Sul: 44%
- Centro da cidade: 28%
- América do Norte: 28% (Vários: 6,5% - Hollywood: 21,5%)

1945

- Zona Sul: 19%
- Centro da cidade: 19%
- Hollywood: 62%

1950

- Maracanã: 36%
- Região Norte: 54% (Amazônia)

Total

- Zona Sul: 36,5%
- Zona Norte: 7%
- Centro da cidade: 24%
- Subúrbios: 1%
- Outras cidades do estado: 2%
- Fora do Rio no Brasil: 10% (7,5% de fotos do Amazonas)
- Fora do Brasil: 15%
- Rio de Janeiro – sem determinação: 4,5%

Este levantamento aponta para a hegemonia absoluta, na mensagem fotográfica, nos primeiros trinta anos do século XX, da zona sul, principalmente, a área costeira da cidade.

Área onde se podia facilmente retratar a vida, seus hábitos, maneiras de vestir, passeios, eventos, etc, ligados a classe dominante que usufruiu destas localidades tanto como local de moradia quanto de lazer.

Há que se notar, que no interior desta zona sul, existia uma hierarquia de presença, nas fotos, entre os bairros. Assim, o primeiro lugar foi disputado pelo litoral sul (Copacabana, Leme, Ipanema e Leblon) e avenida Beira-Mar. Sendo que, esta última ganha a posição reunindo 37% do conjunto de fotos da zona sul, enquanto seu rival, o litoral sul, alcança reunir 30,5% deste mesmo conjunto.

O restante dos bairros, tais como: Urca, Botafogo, Laranjeiras, Santa Tereza, Praia Vermelha, Gávea, etc, distribui-se nos 32,5% finais. Desse montante, o bairro de Laranjeiras – incluindo as Paineiras, com uma fotografia representativa – que reúne a maior proporção de fotos: 12,5%; seguido por Botafogo com 9% e, finalmente, pela Gávea com 7,5%; sendo as contagens mais expressivas.

A zona sul estava associada a certos lugares, os quais contribuíram para uma determinada imagem da cidade, como fica expresso na seguinte listagem que correlaciona região e o tipo de lugar a ela associado:

1908	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Parque	11,5%	-	-	-	-	-	-	-
Avenida (Rua)	11,5%	-	4%	-	-	-	-	-
Quartel	-	-	19%	-	-	-	-	23%
Cais do Porto	-	-	15%	-	-	-	-	-
Salão Luxuoso	-	-	4%	-	-	-	-	-
Feira de Amostra	4%	-	-	-	-	-	-	-
Teatro	-	-	4%	-	-	-	-	-
Estúdio	-	-	4%	-	-	-	-	-

1915	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	6%	-	-	-	-	-	-	-
Praia	53%	-	-	-	-	-	-	-
Avenida (Rua)	-	-	4%	-	-	-	11%	-
Insttit. Caridade	-	4%	-	-	-	-	-	-
Mar	-	-	-	-	-	-	2%	-
Salão Luxuoso	-	2%	6%	-	-	-	-	-
Hospital	-	-	-	-	-	-	-	-
Quintal	-	-	-	-	-	-	2%	-
Campo	-	-	-	-	-	-	2%	-
Estúdio	-	-	2%	-	-	-	6%	-

1922	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	-	4,5%	-	-	-	-	-	-
Praia	9%	-	-	-	7%	-	-	-
Parque	9%	-	-	-	-	-	-	-
Loja	-	-	4,5%	-	-	-	-	-
Cais do Porto	-	-	4,5%	-	-	-	-	-
Salão Luxuoso	-	-	4,5%	-	7%	-	-	-
Navio	-	-	2,5%	-	-	-	-	-
Feira de Amostra	-	-	31%	-	-	-	-	-
Prédio Público	-	-	2,5%	-	-	-	-	-
Garagem	-	4,5%	-	-	-	-	-	-
Instit. Caridade	-	-	-	-	-	-	-	2,5%
Estúdio	-	-	-	-	-	-	-	2,5%
Baía	2,5%	-	-	-	-	-	-	-

1932	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	3,5%	-	6%	-	-	-	-	-
Hotel	3,5%	-	-	-	-	-	-	-
Estádio	13,5%	-	-	-	-	-	-	-
Praia	3,5%	-	-	-	-	6%	-	-
Salão Luxuoso	-	-	3,5%	-	-	-	-	-
Calçadão	3,5%	-	-	-	-	-	-	-
Teatro	-	-	5%	-	-	-	-	-
Escola	3,5%	-	19,5%	-	-	-	-	-
Prédio Público	13,5%	-	3,5%	-	-	-	-	-
Sala	-	-	-	3,5%	-	-	-	-
Estúdio	-	-	-	-	-	-	13,5%	-
Clube	13%	2,5%	5,5%	2,5%	-	-	-	-
Estádio	-	-	-	-	2,5%	-	-	-
Hotel	2,5%	-	-	-	-	-	-	-
Praia	8%	-	-	-	-	2,5%	-	-
Avenida (Rua)	21%	-	35%	-	-	2,5%	-	-
Prédio Público	-	-	2,5%	-	-	-	-	-

- Número do Carnaval.

1938	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	6,5%	-	-	-	-	-	-	-
Praia	-	-	-	-	-	6,5%	-	-
Avenida (Rua)	16,5%	-	-	-	-	-	-	-
Salão Luxuoso	1,5%	1,5%	6,5%	-	-	-	-	-
Escola	11,5%	6,5%	-	-	-	-	-	-
Teatro	-	-	1,5%	-	-	-	-	-
Prédio Público	6,5%	-	-	-	-	-	-	-
Céu	5%	-	-	-	-	-	-	-
Quarto	-	-	-	-	-	-	3,5%	-
Estúdio	-	-	-	-	-	-	26,5%	-

1942	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	22%	6%	-	-	-	-	-	-
Praia	22%	-	-	-	-	-	-	-
Navio	-	-	9,5%	-	-	-	-	-
Aeroporto	-	-	12,5%	-	-	-	-	-

Quarto	-	-	-	-	-	-	3%	-
Sala	-	-	-	-	-	-	12,5%	-
Estúdio	-	-	-	-	-	-	12,5%	-

1945	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Parque	-	-	-	-	-	-	6,5%	-
Avenida (Rua)	-	-	6,5%	-	-	-	-	-
Cinema	18%	-	-	-	-	-	-	-
Hospital	-	-	6,5%	-	-	-	-	-
Prédio Público	-	-	6,5%	-	-	-	-	-
Sala	-	-	-	-	-	-	6,5%	-
Copa	-	-	-	-	-	-	6,5%	-
Ent / Jardim	-	-	-	-	-	-	18%	-
Estúdio	-	-	-	-	-	-	2,5%	-

1950	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Estádio	-	36%	-	-	-	-	-	-
Selva	-	-	-	-	-	64%	-	-

Os lugares que aparecem com maior incidência nas fotografias da zona sul, na revista *Careta*, foram: parques, avenidas e ruas, clubes, as praias, o mar, o estádio do Fluminense, o calçadão e os hotéis; assim compondo uma mensagem que associa os espaços desta região a significados de lazer e diversão da classe que a usufrui, ou seja, a burguesia urbana em ascensão social.³⁴

Tal tendência evidencia-se nas fotografias das escolas, onde a temática escolhida, não foi a sala de aula, mas as festas de encerramento; da mesma forma que os prédios públicos, aí representados pelo Palácio do Catete, compareceram em fotos de festividades, geralmente no Natal, quando se distribuía presentes aos pobres.³⁵

O tradicional centro da cidade, tão valorizado na antiga Capital Federal, contribuía com espaços dignos de serem vivenciados pela burguesia em ascensão.

Aí se concentravam as lojas mais importantes e as avenidas reformadas: daí se partia e chegava do exterior no cais Pharoux e posteriormente ao aeroporto Santos Dumont; onde se construíram os pavilhões para a Exposição Internacional de 1922, o orgulho do Rio de Janeiro; como também reunia os salões luxuosos dos hotéis e clubes mais tradicionais da

³⁴ Fotos n°: 41^a, 18^a – 21^a, 44^a – 47 a’ – 135^a – 137^a, 215^a – 222^a, 210^a – 215^a, 138^a.

³⁵ Seqüências de fotos n°: 117^a – 120^a e 168^a – 172^a.

cidade, com destaque para os hotéis Avenida e Central e para os Clubes Militar, Naval e a Associação Brasileira de Imprensa, nos quais se realizavam importantes encontros políticos e sociais: onde se firmavam contratos, resolviam negócios e traçava-se o futuro da nação. Um espaço que misturava o trabalho ao lazer e estava, intimamente relacionado ao exercício do poder.³⁶

A zona norte, composta pelos bairros do Maracanã, da Tijuca e Vila Isabel (especificamente nesta coleção de fotografias), concentravam 7% do conjunto de fotografias, com uma incidência maior, no último número de coleção graças às fotos do recém inaugurado estádio do Maracanã, que sediou os jogos do Copa do Mundo de 1950.

Esta região apresentou lugares associados a significados, por um lado, similares aos da zona sul: escolas em fotos de festa de encerramento, salões luxuosos com jantares e recepções e clubes com bailes de carnaval; por outro lado, guardou significados próprios, tais como: local de trabalho, servindo a comemorações e instituições de caridade, fazendo campanha através das revistas. Tal referência aliada a pouca incidência de fotos, denota uma menor valorização desta área, tradicional local de moradia, em termos de divulgação de uma certa imagem de cidade. Daí quando o Maracanã foi construído, e aí se pôde produzir imagens que concordassem com o padrão geral produzido para o conjunto da cidade, as fotografias da zona norte passaram a ser mais divulgadas.³⁷

O subúrbio presente em 1% das fotos e representando em fotos de clubes e eventos sociais em casa, como as bodas de ouro do casal Martins, foi apresentado como um espelho daquela região que impunha o padrão geral de comportamento. Os morros, as favelas e até mesmo as regiões mais pobres do subúrbio fazem parte do mapa carioca composto por esta revista.³⁸

Neste sentido, o mapa da cidade do Rio de Janeiro, composto segundo a revista *Careta*, guarda o seguinte aspecto:

³⁶ Fotos n.º: 27^a – 28, 76^a, 77^a, 78^a, 79^a, 80^a, 81^a, 91^a, 92^a, 113^a, 114^a, 116^a, 223^a – 229^a, etc.

³⁷ Fotos n.º: 111^a, 112^a, 278^a – 290^a, 82^a, 32^a, 33^a, etc.

³⁸ Fotos n.º: 141^a e 115^a.



Mapa da cidade do Rio de Janeiro composto pela Revista Careta (1908-1950)

As regiões brasileiras entraram, em 2,5% do conjunto da coleção, como paisagem. O espaço geográfico destas localidades está relacionado aos aspectos de beleza regional e as possibilidades de lazer. Tal paisagem associa-se às viagens de férias, ao conhecimento de novos lugares e a possibilidade de transpor-se a eles através das imagens na leitura relaxante.³⁹

Os 7,5% restantes das fotos de Brasil são da região Amazônica, organizadas numa reportagem publicada na revista *Careta* de 08/07/1950. São 25 fotos, através das quais, o leitor se transpõe, juntamente com os sertanistas, para um Brasil diferente, pitoresco, habitado por pessoas estranhas que se maravilham com as novidades que lhes são apresentadas. Um Brasil tão distante como o próprio Oriente, um espaço reservado aos especialistas e militares, agentes da descoberta deste novo Brasil, que desta vez estão acompanhados de máquinas fotográficas que tudo registram. Um ponto de curiosidade para os leigos, leitores assíduos do semanário ilustrado que, têm acesso a este outro Brasil através de imagens nítidas, grandes e de contornos bem definidos.⁴⁰

Nesta coleção, as fotografias de estrangeiras ficaram reservadas como fontes de informação, principalmente porque foi para Hollywood que as atenções se voltaram e se concentraram. De lá, vinha a moda e as últimas notícias cinematográficas.⁴¹

Através das imagens “hollywoodianas” o carioca se reciclava e assimilava o padrão burguês de comportamento como norma de atitude. As imagens fotográficas eram confirmadas na tela. O “marketing” cinematográfico norte-americano, juntamente com os seus automóveis, como já foi dito no primeiro capítulo deste trabalho, conquistou corações e mentes e moldou formas de ser e agir no estilo de vida burguês.

A Europa Ocidental foi tema da revista de 1915, na qual surgiu como um campo devastado pela guerra, com sua população sofrida lutando pela sobrevivência. O Leste Europeu e a América Latina foram silenciados na mensagem desta revista ilustrada. O primeiro, mergulhado desde cedo no comunismo e posteriormente na Guerra Fria; o segundo composto por países vizinhos mas considerados culturalmente distantes do Brasil, mais afinado com a cultura européia e norte-americana, não forma considerados padrão de

³⁹ Fotos n°: 143^a, 144^a, 200^a, 201^a, 202^a, 203^a, etc.

⁴⁰ Seqüência de fotos n°: 256^a – 277^a.

⁴¹ Fotos n°: 142^a, 151^a – 158^a, 159^a – 167^a, 242^a – 251^a.

nenhum estilo de vida vitorioso e portanto não mereceram destaque. O Oriente, presente em uma foto de 1915, representava o pitoresco e o diferente.⁴²

Esse aspecto, propriamente ideológico de construção de uma determinada imagem de espaço geográfico exterior, foi reforçada pela excelente divulgação da imprensa norte-americana que distribuía para as revistas ilustradas sul-americanas, material fotográfico e notícias: já que, principalmente as revistas de menor porte não poderiam contar com correspondente internacional.

B) Revista *O Cruzeiro*:

A diferenciação do espaço geográfico na coleção de fotografias da revista *O Cruzeiro* processou-se de acordo com o seguinte quadro:

1928

- Zona Sul: 31,5%
- Centro da cidade: 16%
- Cidades do Estado do Rio de Janeiro: 14%
- Brasil (Região Sul): 2,5%
- Exterior: 36% (17,5% em Hollywood)

1934

- Zona Sul: 35%
- Centro da cidade: 7%
- Brasil: (Região Sudeste): 4%
- Exterior: 54% (39% na Europa Ocidental)

1943

- Zona Sul: 27%
- Centro da cidade: 7%
- Brasil: (Região Sudeste): 16%
- Exterior: 50% (35,5% em Hollywood)

1950

- Zona Sul: 13%
- Zona Norte: 2%

⁴² Fotos n°: 30^a, 34^a, 38^a, 43^a, etc.

- Centro da cidade: 5,5%
- Subúrbios: 6%
- Cidades do Estado do Rio de Janeiro: 10%
- Brasil (Região Sudeste): 20,5%
- Exterior: 43% (22,5% na Europa Ocidental)

1950 (Número dedicado ao Carnaval)

- Zona Sul: 27,5%
- Centro da cidade: 29,5%
- Subúrbios: 6%
- Cidades do Estado do Rio de Janeiro: 13,5%
- Exterior: 6,5% (4,5% em Hollywood)
- Rio de Janeiro – sem determinação: 17%

Total

- Zona Sul: 24,5%
- Zona Norte: 1%
- Centro da cidade: 15%
- Subúrbios: 4%
- Cidades do Estado do Rio: 9,5%
- Brasil: 8%
- Exterior: 32%
- Não determinado: 6%

A grande maioria das fotografias analisadas na revista *O Cruzeiro* são fotos de terras estrangeiras, notadamente a Europa Ocidental e Hollywood. Do conjunto concentram um total de 32% das fotos, sendo que, somente no número dedicado ao Carnaval, a sua proporção de incidência é menor que a zona sul ou da área central da cidade, regiões que também apareceram de forma significativa na coleção.

A escolha por priorizar o espaço estrangeiro explica-se pelo perfil de *O Cruzeiro*, uma revista mais cosmopolita e criada segundo um novo padrão empresarial de imprensa. Em acordo com esta nova tendência, mantinham contato direto com as agências

internacionais de notícias, tais como: a Schert de Berlim, a ABC de Lisboa e o Consórcio Internacional Press de Paris, além de manter um correspondente em Hollywood.⁴³

Da mesma forma que a revista anterior o espaço geográfico retratado era hierarquizado, guardando uma divisão funcional como fica demonstrado no seguinte panorama:

1928	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	7%	-	3,5%	-	-	-	-	-
Estádio	5%	-	1%	-	-	-	-	-
Hotel	7%	-	3,5%	-	-	-	-	-
Praia	1%	-	-	-	-	-	-	-
Avenida (Rua)	-	-	3,5%	-	-	-	-	-
Praça	-	-	1%	-	-	-	5%	-
Baía	1%	-	-	-	-	-	-	-
Salão Luxu oso	-	-	-	-	-	2,5%	1%	-
Cidade Geral	-	-	-	-	-	-	1%	-
Cozinha	-	-	-	-	2,5%	-	-	-
Banheiro	-	-	-	-	1%	-	-	-
Varanda	-	-	-	-	-	-	1%	-
Ent / Jardim	1%	-	-	-	-	-	-	-
Quintal	-	-	-	-	1%	-	-	-
Campo	-	-	-	-	-	-	3,5%	-
Queda d' água	-	-	-	-	3,5%	-	-	-
Sítio	-	-	-	-	6%	-	-	-
Estúdio	10%	-	3,5%	-	-	-	24%	-

1934	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	17,5%	-	-	-	-	-	-	-
Praia	4%	-	-	-	-	-	-	-
Avenida (Rua)	-	-	-	-	-	-	13,5%	-
Cidade Geral	-	-	-	-	-	-	8%	-
Aeroporto	-	-	-	-	-	-	2,5%	-
Quarto	-	-	-	-	-	-	1,5%	-
Ent / Jardim	9,5%	-	-	-	-	-	-	-
Campo	-	-	-	-	-	-	5,5%	-
Escola	-	4%	-	-	-	-	-	-
Sítio	-	-	-	-	-	4%	-	-
Estúdio	-	-	7%	-	-	-	23%	-

⁴³ Sobre as agências internacionais, seus nomes foram coletados na revista *O Cruzeiro* de 10 de Novembro de

1943	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	7,5%	-	-	-	-	11,5%	-	-
Hotel	-	-	-	-	-	2,5%	-	-
Praia	-	-	-	-	-	2,5%	-	-
Avenida (Rua)	1%	-	-	-	-	-	2,5%	-
Instit. Caridade	7,5%	-	-	-	-	-	-	-
Mar	-	-	-	-	-	-	3,5%	-
Salão Luxuoso	-	-	2,5%	-	-	-	-	-
Navio	-	-	-	-	-	-	1%	-
Estaleiro	-	-	-	-	-	-	3,5%	-
Teatro	-	-	-	-	-	-	1%	-
Cabeleireiro	-	-	-	-	-	-	1%	-
Cinema	-	-	1%	-	-	-	-	-
Escritório	-	-	1%	-	-	-	-	-
Sala	10%	-	-	-	-	-	10%	-
Copa	1%	-	-	-	-	-	-	-
Campo	-	-	-	-	-	-	2,5%	-
Estúdio	-	-	2,5%	-	-	-	22%	-

1950	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Hotel	-	-	-	-	-	-	2%	-
Praia	4%	-	-	-	-	-	1,5%	-
Igreja	-	-	-	-	-	-	2%	-
Avenida (Rua)	-	-	-	0,5%	-	-	6,5%	-
Fábrica	-	-	-	-	-	10%	1,5%	-
Loja	-	-	-	0,5%	-	-	0,5%	-
Cidade Geral	-	-	-	-	-	-	4%	-
Calçadão	0,5%	-	-	-	-	-	-	-
Céu	-	-	-	-	-	-	0,5%	-
Rádio	-	-	-	-	-	10,5%	-	-
Sala	6,5%	-	-	4%	-	-	-	-
Quarto	0,5%	-	-	0,5%	-	-	-	-
Copa	0,5%	-	-	-	-	-	-	-
Ent / Jardim	-	-	-	-	-	-	1,5%	-
Quintal	-	-	-	0,5%	-	-	-	-
Campo	-	-	-	-	-	-	3%	-
Escola	-	-	-	-	10%	-	-	-
Museu	-	2%	-	-	-	-	-	-
Estúdio de cinema	-	-	-	-	-	-	1,5%	-
Cinema	0,5%	-	-	-	-	-	-	-
Estúdio	0,5%	-	5%	-	-	-	-	-

1950	Z Sul	Z Norte	Centro	Suburb	Est. RJ	Br.	Ext.	S/D
Clube	20%	-	0,5%	-	-	-	4,5%	8%
Hotel	5,5%	-	-	-	13,5%	-	-	-
Avenida (Rua)	-	-	21,5%	3,5%	-	-	-	8,5%
Praça	-	-	2,5%	-	-	-	-	-
Mar	0,5%	-	-	-	-	-	-	-
Baía	1%	-	-	-	-	-	-	-
Navio	-	-	-	-	-	-	0,5%	-
Teatro	-	-	5%	-	-	-	-	-
Sala	-	-	-	1%	-	-	-	-
Quarto	-	-	-	0,5%	-	-	0,5%	-
Cozinha	-	-	-	1%	-	-	-	-
Entrada	-	-	-	-	-	-	1,5%	-
Estúdio	-	-	-	-	-	-	1,5%	-

Desde o seu primeiro número, a revista *O Cruzeiro* preocupou-se em veicular imagens da zona sul que não entrassem em contradição com o padrão que, até então, vinha sendo estabelecido pelas revistas tradicionais. No entanto, apresentou uma certa variação na proporção de fotografias por bairro, principalmente porque, esta revista foi lançada em uma época, quando a cidade já havia voltado o seu crescimento para o litoral sul da orla marítima, notadamente Copacabana.

Tal bairro concentra 46,5% das fotografias da zona sul, sendo seguido pela Gávea, com 18,5%, ambos apareceram regularmente no conjunto das publicações. O restante das fotografias desta zona ficou distribuído, de forma heterogênea entre: a orla marítima da Baía da Guanabara, Flamengo, Laranjeiras, Praia Vermelha e Urca, etc. O bairro da Urca, por exemplo, chega a reunir 12% das fotografias da zona sul, em 1950, no número dedicado ao Carnaval, por sediar o Iate Clube do Rio de Janeiro, célebre por seus bailes de carnaval.

44

Assim, a tendência observada no panorama apresentado se confirma. A zona sul, nesta publicação, reafirma os significados de lazer e diversão reservados a classe dominante. Por outro lado, a presença dos espaços domésticos, nas imagens, introduzem o significado de moradia, até então, ausente das fotografias.⁴⁵

⁴⁴ Fotos n°: 73c, 74c, 77c, 78c, 82c – 90c, 230c – 235c, 97c – 99c, 408c – 423 c, etc.

⁴⁵ Fotos n°: 48c, 387c – 406c.

O centro da cidade compareceu em 15% das fotografias do conjunto da coleção. Em tais imagens reafirmou a tendência, anteriormente apresentada, que misturava os significados de trabalho e lazer.⁴⁶

O subúrbio e a zona norte mereceram pouco destaque, no conjunto da coleção de fotografias da revista *O Cruzeiro*, reunindo ambos 5% do total. O subúrbio, com 4% compareceu basicamente nos anos cinquenta, quando se iniciou a publicação de reportagens sobre as condições de vida da população em geral e em fotografias de carnaval que buscavam apresentar o lado pitoresco e ingênuo da festa, através das imagens dos coretos enfeitados.⁴⁷

A zona norte, do conjunto de 612 fotografias só apareceu em seis (1%) das três fotos do aniversário de fundação da Federação de Escoteiros da Light e Companhias e outras três da parte egípcia do Museu Nacional.⁴⁸ Tanto estas duas regiões como os morros devidamente silenciados, representavam uma imagem de cidade que não merece, segundo os códigos de representação social da classe dominante, ser divulgada da mesma forma que o lado nobre da cidade. Nesse sentido, o mapa da cidade do Rio de Janeiro criado a partir de *O Cruzeiro*, pode ter o seguinte aspecto: (ver página 361).

As cidades do estado do Rio de Janeiro reuniam 9,5% da coleção. No conjunto, tais fotografias estão associadas ao trabalho e à educação, representada nos trabalhos dos bandeirantes, em Itaipava; na formatura dos cadetes de Resende e nas quedas d'água da região gerando energia. Somente o grupo de fotografias de carnaval, tiradas no Hotel Quitandinha, em Petrópolis, destoa deste conjunto, apontando para o fato de que, tal cidade era considerada uma extensão do Rio de Janeiro.⁴⁹

Ao contrário da revista *Careta*, as regiões brasileiras foram retratadas em *O Cruzeiro*, não exclusivamente como espaço de lazer e relaxamento visual, posto que 70,5% do conjunto de fotografias brasileiras foram locais de produção: fábricas, fazendas e estúdio de rádio; e 29,5% de locais de diversão: clubes e balneários. Nesse sentido, o Brasil está sendo representado através de suas potencialidades de país moderno, tanto do ponto de vista da produção como dos hábitos e costumes.⁵⁰ Códigos de comportamento, até então

⁴⁶ Fotos nº 100c, 101c, 535c – 543c, 518c, 584c, 220c – 222c, etc.

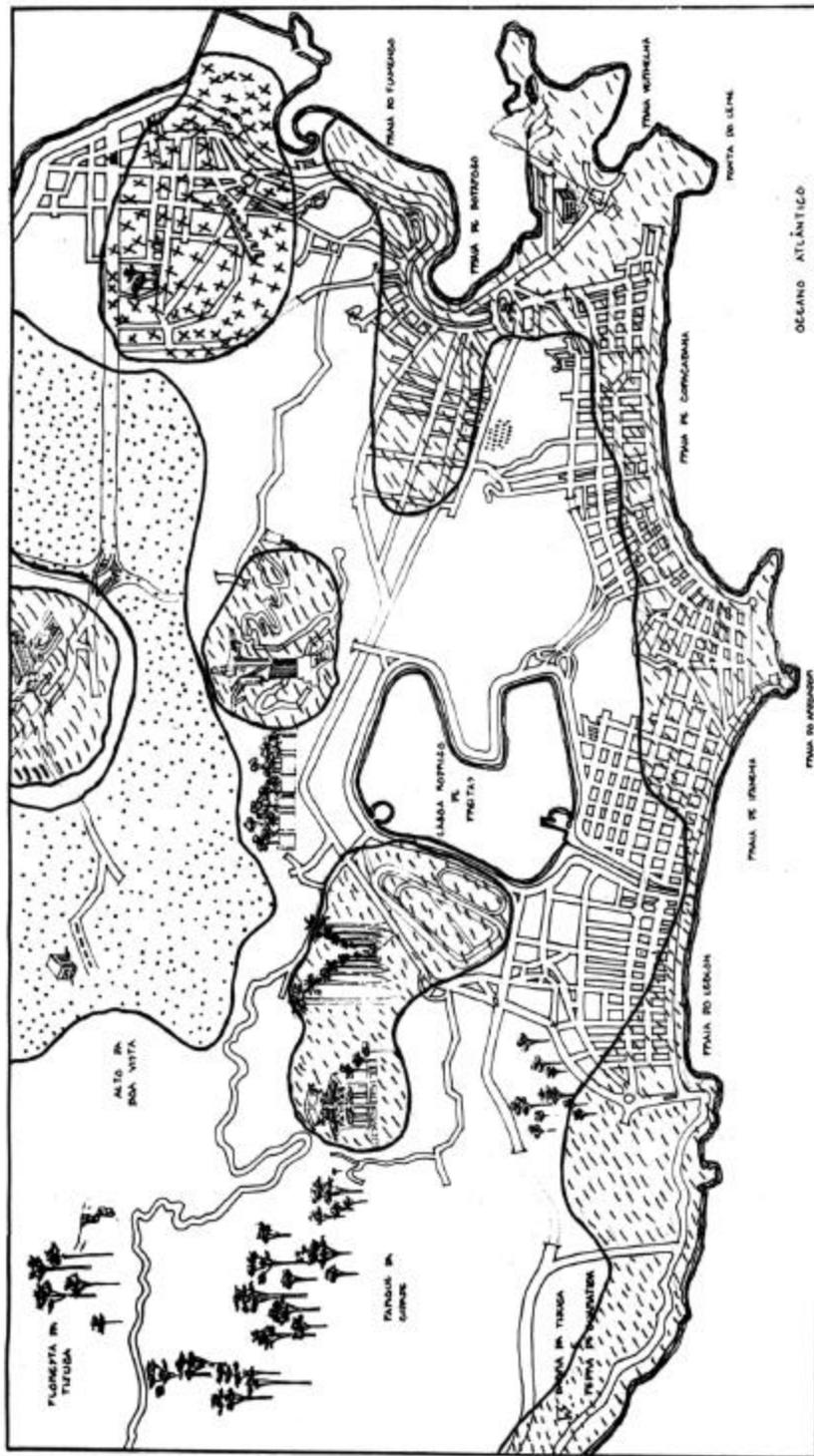
⁴⁷ Fotos nº: 358c – 367c, 446c – 452c, etc.

⁴⁸ Fotos nº: 298c – 300c, 116c – 119c.

⁴⁹ Fotos nº: 33c – 40c, 41c – 43c, 282c – 293c, 466c – 474c, etc.

⁵⁰ Fotos nº: 183c – 190c, 329c – 344c, 368c – 384c, 140c – 142c, 174c – 178c, etc.

associados exclusivamente do Rio de Janeiro, são estendidos a outros lugares do Brasil, contribuindo, com isso, para a generalização do padrão de imagem dominante. Cabe ressaltar que 96% dos lugares retratados estão situados na Região Sudeste e 4% na Região Sul; as outras regiões não fizeram parte do conjunto analisado.



Mapa da cidade do Rio de Janeiro composto segundo a Revista O Cruzeiro (1929-1950)

Por fim, o espaço que mereceu maior destaque pela revista *O Cruzeiro*, o espaço internacional. Como fica evidenciado no panorama dos lugares traçados anteriormente, a diversidade de locais que surgem no panorama internacional é grande, dentre os quais destacam-se: as ruas e avenidas, os estúdios de cinema, as paisagens campestres, os hotéis, igrejas, praças, fábricas, etc.⁵¹ Tais lugares estão associados à ficção e à realidade, à curiosidade e ao conhecimento, aos fatos e eventos, à frivolidade e ao drama, retratado nas cenas de filmes, nas fofocas do cinema, nas grandes tragédias, nas modas e manias, lançadas e prontamente consumidas pelo mercado carioca sempre ávido por novidades que viessem do estrangeiro. Em tais imagens o referencial ocidental, norte-americano ou europeu, predomina e o padrão burguês de comportamento tem a sua divulgação garantida.

O Leste Europeu, tal como o Oriente, aparecem algumas vezes, como paisagem. A América Latina continua ausente.

C) Revista *Careta* e *O Cruzeiro*: nota comparativa.

No conjunto ambas as revistas veiculam seqüências de significados semelhantes. A única grande e marcante diferença é a priorização em *O Cruzeiro*, do espaço internacional; enquanto que a *Careta* opta pela priorização do espaço nobre da cidade.

A escolha de *O Cruzeiro* marca a sua diferenciação do conjunto das publicações ilustradas, investindo no aspecto cosmopolita que a cidade possuía. Por outro lado, a *Careta* manteve a sua tradição de revista de crítica de costumes, tipicamente carioca, elevando as imagens da zona sul ao padrão ideal de representação.

Enquanto a revista *O Cruzeiro* opõe a cidade a um outro espaço: Rio X Mundo, buscando sua identificação, a *Careta* complementa a cidade com este espaço estranho e cria uma nova identificação: Rio = Mundo.

Contudo, em ambas a noção de região é ampliada, rompendo com os limites propriamente geográficos, e colocando a cidade do Rio de Janeiro – principal local de circulação de revistas, idéias, pessoas, eventos e decisões –, como centro deste conjunto hierarquizado de lugares que compõe o espaço geográfico de ambas coleções.

⁵¹ Fotos n°: 301c – 315c, 316c – 324c, 183c – 186c, 171c – 173c, 17c – 19c, 21c – 24c, etc.

4.4.3 – O ESPAÇO DO OBJETO

Os objetos, na coleção de fotografias da revista, são atributos da mensagem fotográfica que fornecem a dimensão dos lugares retratados e dos eventos a estes relacionados.

Neste capítulo, da mesma forma que se procedeu na análise de fotografias familiares, os objetos foram divididos em três tipos: objetos-pessoais, objetos-interiores e objetos-exteriores.⁵² Na mensagem fotográfica transmitida pelas revistas ilustradas, tais objetos foram apresentados tanto como dignos do padrão de vida dominante como objetos úteis para a realização de determinadas tarefas. Entretanto, em ambos os casos, o objeto investe a imagem de significados próprios ao espaço e tempo da representação.

Os objetos-pessoais estão associados à representação do indivíduo: seu estilo de vida e a sua posição social. Os objetos-interiores caracterizam o tipo de paisagem que se está retratando: privada ou pública; muitas vezes, como no caso das cenas de filme, a transposição de objetos-interiores para espaços públicos, como os estúdios de cinema, visa criar, justamente, uma ambiência privada. O terceiro tipo, os objetos-exteriores, caracterizam o tipo de meio retratado, podendo ser uma paisagem rural ou urbana: no entanto, podem também, quando associados às pessoas indicar o estilo de vida e o padrão social, no qual elas se enquadram.

Sendo assim, é especialmente no âmbito dos objetos que a mensagem fotográfica das revistas ilustradas entra na intimidade do leitor, moldando-lhe os gostos, educando-lhe o olhar e interferindo tanto na sua representação pessoal quanto na criação de novos códigos de comportamento para uso coletivo. Tal processo ocorre porque estes três tipos de objetos, que fazem parte do cotidiano dos receptores das imagens fotográficas, ao serem recortados da realidade e transferidos para a imagem, adquirem uma função-signo, na qual estão investidos de um poder de representação, até então não dimensionado.

⁵² Cf. Cap. III, item 3.3.

A) Revista *Careta*:

No conjunto da coleção de fotografias da revista *Careta*, os três tipos de objetos apresentaram-se de acordo com a seguinte proporção:

Objetos-pessoais: 39%

Objetos-interiores: 19%

Objetos-exteriores: 42%

Há que ressaltar o fato de que, na maioria das fotos, aparecem dois tipos de objetos relacionados, compondo um determinado evento, situação ou vivência. A inter-relação mais comum foi a de objetos-pessoais com objetos exteriores, principalmente urbanos, tais como: fachadas, vitrines, fios, postes, gramados, carros, barcos, etc.

Em termos do lugar ocupado pelo objeto na composição fotográfica, a proporção foi a seguinte:

Descrição	1908	1915	1922	1932	1932	1938	1942	1945	1950	Total
Objeto em 1º plano	38%	23%	35%	28,5%	38%	30%	16,5%	15%	18%	27,5%
Objeto em 2º plano	73%	86%	78,5%	76%	86,5%	85%	82,5%	82%	88,5%	83%
Objeto em 3º plano	90%	100%	83,5%	90%	-	100%	80%	-	100%	92%
Objeto em plano central *	23%	25,5%	26%	13,5%	39,5%	31%	16%	6,5%	23%	25%

* Acompanhado ou não de pessoas

Por esta amostragem reafirma-se o espaço do objeto como atributo da mensagem fotográfica, tanto ao nível da paisagem quanto da temática. Tal fato pode ser explicado através da avaliação do lugar ocupado pelo objeto, ou seja, em planos que, na forma da expressão, são indicados do fundo e, portanto do ambiente. Por outro lado, a sua incidência, mesmo que em proporções reduzidas, nos primeiros planos e em plano central, indica a sua estreita relação com a temática principal, que geralmente estava associada ao indivíduo, e assim sendo, aos objetos-pessoais.

Na composição da paisagem, os objetos criaram três tipos de ambientes que, de acordo com as listagens apresentadas anteriormente ⁵³, obtiveram a seguinte proporção de incidência:

Paisagem urbana: 78%

Paisagem doméstica: 4%

Paisagem rural: 8,5%

Paisagem artificial (estúdio com fundo liso): 9,5%

Tal amostragem explica a baixa incidência de objetos-interiores e permite se concluir que a revista *Careta* voltava-se mais para o universo urbano em detrimento do rural ou do doméstico. Tal tendência foi, anteriormente apontada, quando da avaliação do espaço geográfico. Contudo, este espaço se manteve igual, ao longo do período analisado, ao passo que, a paisagem urbana sofreu modificações significativas.

Sendo assim, o universo urbano, retratado pela revista *Careta*, foi se diferenciando ao longo do tempo, à medida que os objetos que o caracterizavam foram sendo atualizados por outros mais representativos dos novos contextos.

Neste movimento, o navio foi suplantado pelo avião, os chalés de Copacabana pelos arranha-céus, o estádio do Fluminense pelo Maracanã, o curso pelo “footing”, a Avenida Rio Branco pela Atlântica, etc; só o automóvel que, mesmo adquirindo novas linhas, não perdeu o seu lugar de excelência na representação burguesa.

No âmbito dos objetos-pessoais também ocorreram transformações ditadas pela moda, pelo cinema e pela liberação dos costumes. As saias sobem, os chapéus diminuem, os ternos simplificam o corte, usa-se menos roupa na praia, mas a mesma elegância no Jockey Clube e nos bailes de natal e formatura. ⁵⁴

Através dessa sucessão de imagens, a revista *Careta* alcançou traçar a transformação de sua temática central: a cidade do Rio de Janeiro: ao mesmo tempo em que se permite recuperar os códigos de representação social da burguesia em ascensão. ⁵⁵

⁵³ Cf. Cap. IV, item 4.4.2.

⁵⁴ Seqüência de fotos n°:

Por oposições: 78^a, 79 a x 227^a, 44^a – 47 a' x 324^a ou 174^a, 135^a, 136^a, 137^a x 278^a, 278 a', 279^a, 18^a – 21^a x 130, 2^a, 9^a, 10^a x 132^a, 307^a, 69^a, 310^a x 216^a, 22^a, 24^a x 91^a.

Por temas: 4^a, 41^a, 42^a, 210^a – 214^a, 52^a, 60^a, 324^a, 132^a, 116^a, 187^a, 188^a, 181^a, 230^a, 231^a, 232^a.

⁵⁵ Cabe lembrar que a revista *Careta* está sendo utilizada como exemplo de um conjunto de revistas, que reafirmam os significados por ela transmitidos. No entanto, não puderam ser analisadas devido às dimensões do presente trabalho.

B) Revista *O Cruzeiro*:

A proporção de incidência entre os três tipos de objetos encontrados na revista *O Cruzeiro* foi a seguinte:

Objetos-pessoais: 50%

Objetos-interiores: 20%

Objetos-exteriores: 30%

A primazia dos objetos pessoais indica que os objetos, nesta coleção, foram considerados especialmente como atributos das pessoas, em detrimento da sua relação para com a paisagem.

Tendência que se comprova na avaliação do espaço ocupado pelo objeto, na própria composição fotográfica; como fica demonstrado na tabela abaixo:

Descrição	1928	1934	1943	1950	1950	Total
Objeto em 1º plano	17,5%	14%	20,5%	33,5%	9%	18%
Objeto em 2º plano	69,5%	84%	60%	69%	65%	68,5%
Objeto em 3º plano	100%	100%	75%	86%	100%	82%
Objeto em plano central *	17,5%	15%	6%	28%	13,5%	15,5%

* Acompanhado ou não de pessoas

Neste caso, a diminuição na incidência dos objetos nos segundos planos reforça a sua utilização, mais como atributos das pessoas do que da paisagem.

Por outro lado, o universo urbano é priorizado em detrimento do doméstico, rural ou de estúdio. Apresentando uma divisão de acordo com a seguinte proporção:

Paisagem urbana: 66%

Paisagem rural: 4%

Paisagem doméstica: 10,5%

Estúdio, com fundo liso: 19,5%.

Na paisagem urbana os lugares mais fotografados foram os clubes, concentrando cerca de 26% das fotos de paisagem urbana; seguidos pelas ruas e avenidas com 24% e pelos hotéis com 13,5%. Todos estes três tipos de lugares apareceram ao longo de todos os

números da revista analisados, com uma presença regular. O restante dos lugares que, também apareceram, embora de forma menos significativa, foram: a escola, com 5%; a fábrica, com 4,5% e o estúdio de rádio, com 4%. Tais lugares, no entanto, fizeram parte de reportagens especiais concentradas geralmente em um único número.

Com efeito, os tipos de lugares que compõem o universo urbano, caracterizado pela revista *O Cruzeiro*, explica a pouca diferença entre a proporção de incidência de objetos-interiores e exteriores. Visto que, se os salões dos clubes e quartos e saguões dos hotéis são compostos de objetos-interiores; as ruas e avenidas são formadas exclusivamente de calçadas, fachadas, carros, fios, postes, etc., puros objetos-exteriores. É importante ressaltar que, no conjunto de fotografias de rua, 72% concentram-se no número reservado ao Carnaval, sendo, portanto, compostas por objetos-exteriores que caracterizam a paisagem da cidade nos lugares típicos reservados às festividades carnavalescas, da década de 1950, tais como: a Avenida Rio Branco e a Presidente Vargas, na altura da Praça XI.⁵⁶

Nesse sentido, a mensagem fotográfica da revista *O Cruzeiro*, prioriza a parte exclusiva deste universo urbano, reservado a fruição da classe dominante e composta tanto por objetos-interiores de primeira linha, tais como: lustres de luxo e mobiliário refinado, como pelas fachadas e varandas dos hotéis e bares e jardins dos clubes.⁵⁷

Os estúdios com fundo liso e poucos objetos-interiores ocuparam importante espaço, no conjunto da coleção, principalmente nas fotografias de moda e de artistas de cinema. Um tipo de fotografia composta exclusivamente de objetos-pessoais reforçando, com isso, a sua incidência. Por outro lado, o tempo de enquadramento, algumas vezes utilizado em *O Cruzeiro*, destacando o rosto, também limitava muito a composição do fundo e, portanto, outros tipos de objetos além dos pessoais.⁵⁸

Por fim, tanto a paisagem doméstica quanto a rural tinha, na maioria das vezes como objetivo central da foto, a figura humana. Nesse sentido, eram compostas exclusivamente por objetos indicadores do tipo de ambiente retratado, reduzidos ao mínimo possível.⁵⁹

⁵⁶ Fotos n°: 20c, 578c – 587c, 599c – 608c, etc.

⁵⁷ Fotos n°: 9c, 24c, 82c – 90c, 77c – 78c, 187c, 190c, 230c – 235c, etc.

⁵⁸ Fotos n°: 44c – 46c, 246c, 249c, 54c – 60c, 266c, etc.

⁵⁹ Fotos n°: 48c, 100c, 140c – 142c, 193c – 202c, etc.

Sendo assim, a mensagem fotográfica, na revista *O Cruzeiro*, centrou-se mais na caracterização do indivíduo – seu estilo de vida, seus gostos, seu comportamento, etc. Com isso, o ambiente, no qual este indivíduo estava inserido, juntamente com os objetos a este atribuído, atuava como mais um acessório desta caracterização individual, recebendo assim menor atenção na composição como um todo.

C) Revista *Careta* e *O Cruzeiro*: nota comparativa.

Em vista destas apreciações sobre o espaço e o objeto, em ambas as revistas, conclui-se que existe uma diferença fundamental de enfoque entre elas, no que diz respeito à relação espaço do objeto e indivíduo.

Com efeito, enquanto a revista *Careta*, na sua mensagem fotográfica mantém uma relação equilibrada entre a paisagem e os indivíduos que a vivenciam; a revista *O Cruzeiro* prioriza a representação do indivíduo e assim dos objetos-pessoais.

4.4.4 – ESPAÇO DA FIGURAÇÃO

O espaço da figuração na mensagem fotográfica das revistas ilustradas, da mesma forma que na coleção familiar, é um espaço heterogêneo e marcado por três oposições básicas: grupo e indivíduo; homem e mulher; adulto e criança.

Cada um destes campos de significação estruturam-se na mensagem fotográfica, diferenciando-se de acordo com o local e temática retratadas.

A) Revista *Careta*:

1) Relação grupo / indivíduo:

A hierarquização do espaço da figuração na revista *Careta* apresentou-se de acordo com a seguinte tabela:

Descrição	1908	1915	1922	1932	1932	1938	1942	1945	1950	Total
Fotos de grupo	92%	78%	88%	83%	79%	56%	65,5%	50%	72%	73%
Fotos individuais	4%	10%	2,5%	13,5%	5,5%	18%	22%	37,5%	23%	14%
Fotos de casal	4%	4%	-	-	-	13%	9,5%	12,5%	-	4,5%

As fotos coletivas, reunião com mais de duas pessoas (fora o casal), foram as preferidas na composição da revista *Careta*, não só na sua totalidade, mas também, ao longo de todo o período demarcado para o estudo.

Em tais fotos o grupo apareceu, via de regra, em sentido horizontal, tanto em linha reta como em semicírculo, tendo em que vista que, a proporção entre as duas opções de arranjo ficou equilibrada: 42% de fotos com o grupo em linha reta e 42% com o grupo organizado em semicírculo.

De acordo com tais opções, o grupo esteve sempre colocado no centro da foto, tanto no sentido vertical como no horizontal, o que aponta para uma ordenação do espaço da figuração equilibrada e sem distorções, ou seja, um espaço ordenado, no qual, sua figuração está perfeitamente adaptada. Tal posicionamento acompanha as tendências já apontadas para o espaço propriamente fotográfico.

Já as fotografias individuais, proporcionalmente menos relevantes, a direção da figura humana variou igualmente entre a esquerda, à direita e o centro. Tal variação pode ser atribuída ao fato de que, a maioria das fotografias individuais, no conjunto da coleção, são fotos de artistas de Hollywood, que assumiam poses pré-estabelecidas para evitar a monotonia das fotos. No entanto, em ambos os casos, a figura humana, geralmente ocupava o primeiro plano.⁶⁰

Para as fotos individuais destacou-se o fundo liso em estúdio com poucos objetos interiores, opção evidenciada a partir da década de 1930, com o predomínio definitivo das imagens “hollywoodianas”, quer seja para retratar uma artista famosa ou para destacar a cena de um filme.⁶¹

Por outro lado, as fotografias em grupo apresentam uma variedade maior de lugares que caracterizam a própria vivência da classe em ascensão no espaço da cidade, com poucas exceções para as fotografias internacionais. Sendo assim, a distribuição do grupo entre os lugares vividos apresentou-se de acordo com a seguinte tabela:

⁶⁰ Fotos n°: 11^a – 13^a; 14^a, 15^a, 46^a, 74^a, 75^a, 95^a, 109^a, 110^a, 113^a – 116^a, 122^a, 123^a, 131^a, 140^a, 187^a – 194^a; 230^a – 232^a, 260^a, 286^a, 291^a, 292^a, 295^a, 296^a, etc.

⁶¹ Fotos n°: 126^a, 129^a, 142^a, 146^a, 171^a, 159^a – 167^a, 242^a – 245^a, etc.

Local	1908	1915	1922	1932	1932	1938	1942	1945	1950	Total
Clube	-	2,5%	5,5%	12%	30%	-	38%	-	-	9%
Estádio	-	-	-	16%	3,5%	12%	-	-	46,5%	8,5%
Hotel	-	-	-	14%	3,5%	-	-	-	-	1%
Praia	-	57,5%	19%	8%	6,5%	-	24%	-	-	15,5%
Parque	9%	2,5%	11%	-	-	-	-	-	-	3%
Avenida (Rua)	16,5%	12,5%	-	-	53%	26,5%	-	12,5%	-	14%
Loja	-	-	5,5%	-	-	-	-	-	-	1%
Instit. Caridade	-	2,5%	2,5%	-	-	-	-	-	-	1%
Quartel	46%	-	-	-	-	-	-	-	-	4,5%
Cais do Porto	16,5%	-	2,5%	-	-	-	-	-	-	2%
Baía de Guanabara	-	2,5%	-	-	-	-	-	-	-	0,5%
Salão Luxuoso	4%	10%	13,5%	4%	-	23%	-	-	-	7%
Calçadão	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	0,5%
Feira de Amostra	4%	-	30%	-	-	-	-	-	-	4,5%
Teatro	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5%
Hospital	-	2,5%	-	-	-	-	-	12,5%	-	2%
Escola	-	-	-	28%	-	26,5%	-	-	-	6%
Prédio Público	-	-	2,5%	20%	3,5%	12%	-	12,5%	-	5%
Garagem	-	-	5,5%	-	-	-	-	-	-	1%
Aeroporto	-	-	-	-	-	-	14%	-	-	1,5%
Cinema	-	-	-	-	-	-	-	37,5%	-	1,5%
Campo	-	5%	-	-	-	-	-	-	-	1%
Navio	-	-	2,5%	-	-	-	10%	-	-	1,5%
Casa (Pátio)	-	2,5%	-	-	-	-	-	-	-	0,5%
Casa (Sala)	-	-	-	4%	-	-	14%	12,5%	-	2%
Casa (Entrada)	-	-	-	-	-	-	-	12,5%	-	0,5%
Selva	-	-	-	-	-	-	-	-	53,5%	6%

Fica evidente que os lugares escolhidos para a pose coletiva são aquele repleto de significados sociais relacionados à fruição de ambientes luxuosos e exclusivos; ao lazer independente do trabalho; à demonstração e ostentação de signos de riqueza e poder e a distinção através do acesso a uma educação formal. Em alguns casos, determinados lugares foram redimensionados para a realização de atividades diversas daquelas para as quais foram originariamente concebidos. Um exemplo disso é o caso das imagens onde aparece o Palácio do Catete sendo utilizado para obras de caridade, como: a distribuição de presentes e donativos na época de Natal. Em tais imagens as senhoras da alta sociedade eram destacadas atuando no âmbito da política que lhes era reservado. Neste sentido, o espaço se desdobrava em diferentes funções associadas à manutenção do poder e ao controle social:

por um lado a máquina estatal e por outro o trabalho caridoso. Em termos espaciais a separação se fazia da seguinte maneira: o interior do palácio era reservado aos homens e à deliberação do poder; no exterior, fundamentalmente no jardim, às mulheres e ao aspecto persuasivo das práticas políticas.⁶²

Com efeito, foram registrados lugares, para a fotografia coletiva que caracterizam o próprio processo de controle, por parte da classe dominante, dos espaços representativos de um certo estilo de vida. Assim, através da fotografia de grupo, os seus integrantes se reconheciam como pertencentes a uma mesma classe social e compartilhando do mesmo sistema de representação social. A coesão de classe se processa, neste caso, através da vivência e do consumo de um mesmo universo de signos.

Em termos de indumentária, tanto para o grupo quanto para o indivíduo, a escolha de um determinado traje, além de acompanhar as tendências da moda, de cada época, contribui para reforçar o caráter de exclusividade atribuído a determinados lugares e eventos, como fica exposto na tabela abaixo:

Indumentária	1908	1915	1922	1932	1932	1938	1942	1945	1950	Total
Traje a rigor	3,5%	2%	10,5%	9%	-	12%	11%	5,5%	-	6%
Traje passeio completo	66,5%	25%	39,5%	18%	3%	15,5%	18%	22,5%	-	23%
Traje esporte fino	-	19%	5,5%	24,5%	3%	21,8%	28,5%	28%	-	14,5%
Traje esportivo	-	8,5%	-	15%	-	23,5%	3,5%	11%	-	7,5%
Roupas simples	3,5%	2%	-	15%	-	8%	-	11%	40,5%	8,5%
Fantasia	-	-	18,5%	3%	77,5%	17,5%	14%	16,5%	-	15,5%
Uniforme	26,5%	16,5%	10,5%	12,5%	6,5%	2%	25%	5,5%	59,5%	17,5%
Traje de banho	-	27%	16%	3%	10%	-	-	-	-	7,5%

A predominância do traje passeio completo, na maior parte dos números analisados, confirma a necessidade de manutenção da boa aparência através da escolha de signos que fossem investidos de distinção social. Principalmente porque o traje passeio completo era formado, via de regra, por objetos pessoais de primeira linha, tais como: luvas, chapéus, coletes, casacos, bengalas, jóias, bolsas e sapatos finos e etc. No mesmo campo de

⁶² Fotos n°: 117^a – 120^a.

significação deve ser compreendida a segunda opção de indumentária, qual seja, o uniforme. Nesta rubrica estão incluídos os trajes militares de gala, as fardas de serviço, como também os uniformes escolares, trajes que circunscreviam a imagem num determinado universo de entrada restrita.

A pouca incidência do traje a rigor está relacionada à escolha da temática retratada que, na maior parte das vezes, procurava caracterizar a classe dominante no seu dia-a-dia, com comportamentos já arraigados à sua rotina. Daí o traje predominante indicar uma opção pela elegância, em nada desvinculada do cotidiano. Sendo assim, a burguesia em ascensão era retratada como naturalmente “chic” e com livre acesso ao consumo do luxo e da riqueza.

2) Espaço feminino e espaço masculino:

Ao longo do período delimitado para análise, o espaço feminino e masculino, tanto no âmbito individual como coletivo, apresentaram o seguinte quadro de incidência:

Descrição	1908	1915	1922	1932	1932	1938	1942	1945	1950	Total
Homem I	4%	4%	2,5%	-	5,5%	3,5%	9,5%	-	23%	6%
Mulher I	-	2%	-	13,5%	-	13%	12,5%	37,5%	-	6,5%
Grupo	38,5%	19,5%	2,5%	13,5%	5,5%	1,5%	17%	-	71,5%	18,5%
Masc.										
Grupo Fem.	11,5%	8%	21,5%	3,5%	5,5%	13%	9,5%	-	-	7,5%
Casal	4%	4%	-	-	-	13%	9,5%	12,5%	-	4,5%

Nesta amostragem, apesar da baixa incidência, evidencia-se o predomínio do espaço masculino sobre o feminino. Tal tendência está amplamente relacionada ao tipo de temática retratada nos números escolhidos para estudo, como fica demonstrada na seguinte tabela:

	1908		1915		1922		1932		1932		1938		1942		1945		1950		TOTAL		
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	
Eventos Sociais	7,5	0	2	0	2,5	9,5	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	1,5	2,5
Eventos Militares	27	0	6	0	0	0	3,5	0	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,5	0
Eventos Políticos	7,5	0	6	0	2,5	0	0	0	0	0	1,5	0	15,5	0	0	0	0	0	0	3,5	0
Instant. Cotidianos	0	0	0	0	0	0	0	3,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5
Eventos Esportivos	0	0	6	0	0	0	10	0	2,5	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	9	0
Eventos Culturais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cenas de Filmes	0	11,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vida de Artistas	0	0	0	0	0	0	0	13,5	0	0	0	1,5	3	0	0	37,5	0	0	0	0	3,5
Curiosidade Cinematográfica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,5	11,5	0	0	0	0	0	0	0	1	2,5
Vida de Gente Famosa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Paisagem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carnaval (Rua)	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Reportagem Científica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95	0	11	0
Reportagem Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Internacional: Moda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Internacional: Curiosidades	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	6	0	0	0	0	0	0,5	1
Temática Nacional: Moda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0,5
Temática Nacional: Curiosidade	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Temática Nacional: Banho de Mar	0	0	4	8	0	12	0	0	0	0	0	0	0	12,5	0	0	0	0	0	1	4
Temática Nacional: Vida Cotidiana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Temática Nacional: Retrato	0	0	0	2	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0,5

M - Masculino.

F - Feminino.

Dentre os principais eventos retratados onde aparecem exclusivamente mulheres ou homens, estão: eventos sociais, eventos políticos, militares, instantâneos, cotidianos, eventos esportivos, vida de artistas de cinema, curiosidades cinematográficas, carnaval de rua, curiosidades internacionais, moda nacional, reportagens científicas e banhos de mar. Os demais temas foram retratados sempre coletivamente, com opção pelo grupo misto.

A figura feminina predomina no âmbito dos eventos sociais, destacando-se aí: as festas de caridade e encontros de associações femininas. No entanto, a mulher também predomina nas imagens dos instantâneos cotidianos, principalmente na “flanerie” pela Avenida Beira Mar, em 1908 e pela Atlântica, nos anos trinta; nos retratos das artistas famosas de Hollywood e nos banhos de mar, durante o verão, quando a mulher ganha um destaque especial, tendo em vista que, do conjunto das fotos de banho de mar, onde só aparecem homens ou mulheres, a figura feminina ocupa cerca de 87% das fotos, enquanto a masculina somente 13%.⁶³

Em termos de moda, na revista *Careta*, o Jockey Clube é o espaço escolhido para o desfile dos últimos modelos, entretanto, mesmo neste âmbito as fotos exclusivamente femininas são poucas, predominando, mais uma vez o plano coletivo misto. Tal tendência indica que a moda deveria ser seguida tanto por mulheres quanto por homens, como condição de boa aparência, um atributo da classe dominante.⁶⁴

Reservados para os homens foram os eventos militares, políticos, esportivos e pesquisas científicas. Nesse sentido, percebe-se que a figura masculina está associada a significados de ação, força e poder de deliberação e resolução de questões importantes à coletividade. Por outro lado, à mulher é reservado o papel de expectadora dos eventos protagonizados pelo homem e de modelo a ser admirado pelo conjunto da sociedade.⁶⁵

Com efeito, criou-se através das representações veiculadas na mensagem fotográfica, deste tipo de revista ilustrada, um mundo segmentado em duas partes: uma masculina relacionada a significados de poder, e outra, feminina, que ao mesmo tempo expectadora e paciente, é também ponto de partida para a disseminação de hábitos,

⁶³ Fotos n.º: 2^a, 9^a, 10^a, 20^a, 89^a, 90^a, 95^a, 99^a, 101^a, 110^a, 116^a, 130^a, 217^a – 222^a, 197^a, 198^a, etc.

⁶⁴ Seqüência n.º: 210^a – 214^a.

⁶⁵ Fotos n.º: 1^a, 11^a – 13^a, 14^a, 15^a, 22^a, 27^a, 28^a, 31^a, 39^a, 40^a, 42^a, 93^a, 109^a, 113^a, 128^a, 199^a, 223^a – 229^a, 257^a, 258^a, 260^a, 280^a – 285^a, etc.

costumes e comportamentos, devido ao seu posicionamento como modelo ou estereótipo social, dentre os quais destacam-se: a mãe, a esposa e a jovem alegre que sabe aproveitar o verão.

Tais conclusões são confirmadas ao se observar a escolha dos trajes predominantes, principalmente a grande incidência de uniformes, vinculados a representação do universo masculino de poder.

3) Espaço infantil e espaço adulto:

Na relação entre o espaço infantil e o adulto, este último predominou ao longo de todo o período demarcado para estudo, reunindo um total de 69,5% das fotos do conjunto da coleção contra 9,5% de fotografias, onde aparecem exclusivamente crianças e 13,5%, nas quais foram retratadas crianças juntamente com adultos.

Nesta coleção, o espaço adulto se confunde com espaço coletivo, daí a importância em se caracterizar o universo infantil veiculado na mensagem fotográfica da revista *Careta*.

Assim, a descoberta de quais os temas e indumentária que foram associados às crianças, fornece a dimensão de que tipo de representações sociais se atrelaram ao universo infantil e então avaliar a relação mantida entre os dois espaços.

A tabela da página 381 demonstra que foram os eventos sociais e os banhos de mar e passeios, as temáticas que concentraram maior número de fotografias de crianças sem a companhia de adultos. Neste caso os eventos sociais são formados por festas de encerramento do ano letivo e por bailes infantis em ocasiões especiais – o exemplo deste tipo de evento são as fotos da Exposição Internacional de 1922, que contou com um equivalente infantil para o baile comemorativa do centenário da independência.⁶⁶

As fotografias, nas quais crianças aparecem acompanhadas de adultos a tendência muda, pois do conjunto de 23 fotos de eventos sociais, 15 são de festas de caridade – com a presença ou não de menores carentes –, em segunda temática de maior incidência foram os eventos esportivos.⁶⁷

⁶⁶ Fotos n°: 52^a, 53^a, 60^a, 84^a, 85^a, 86^a, 133^a, 96^a – 98^a, etc.

⁶⁷ Fotos n°: 125^a, 117^a – 120^a, 196^a, 14^a, 149^a, 150^a, 32^a, 33^a, etc.

	1908		1915		1922		1932		1932		1938		1942		1945		1950		TOTAL	
	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA
Eventos Sociais	0	0	0	4	21,5	12	3,5	33,5	0	0	15	11,5	0	0	0	6	0	0	6	7
Eventos Militares	0	0	0	0	0	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5
Eventos Políticos	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5
Instant. Cotidianos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eventos Esportivos	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1,5	15	0	0	0	0	0	0	0,5	3
Eventos Culturais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cenas de Filmes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vida de Artistas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cursos Cinematográficos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vida de Gente Famosa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Paisagem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carnaval (Clube)	0	0	0	0	0	0	0	0	10,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5	0
Carnaval (Rua)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Reportagem Científica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Condições de Vida	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Internacional: Moda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Internacional: Curiosidade	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Nacional: Moda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Nacional: Curiosidade	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Nacional: Banho de Mar	0	0	8	4	7	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Nacional: Vida Cotidiana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

S - Só crianças.

CA - Crianças e adultos

Com efeito, mesmo quando as crianças são retratadas independentemente dos adultos mantêm-se atreladas a estes através da temática a que estão associadas, na imagem, ou seja, geralmente equivalentes infantis para eventos adultos. Da mesma forma quando surgem claramente ligadas aos adultos, a relação de dependência se mantém, pois ora são retratadas integralmente voltadas para o universo adulto que lhe agracia através da ação caridosa, ora são protagonistas de eventos esportivos, também equivalentes infantis para esportes adultos, que lhes inculca desde cedo a sua condição de adultos em potencial.⁶⁸

Entretanto, é somente no espaço infantil que a sociedade aparece segmentada entre dois grupos sociais distintos: um que, socialmente despossuído, depende do universo adulto através da caridade, ação que ratifica e sustenta tal condição de despossuído; outro que compartilha da fruição dos lugares exclusivos e do consumo dos signos do luxo e riqueza e que se prepara para assumir os papéis já estabelecidos na dinâmica social.

A própria indumentária reafirma a existência de tais papéis, tendo em vista que, do conjunto de fotos de crianças acompanhadas ou não de adultos, em cerca de 36% estão fantasiadas; em 18% trajam o passeio completo e em 16,5% o esportivo.

De acordo com esta proporção é a fantasia a escolha principal para compor o espaço infantil, dentre as quais se destacam: príncipes, nobres, militares, esportistas, bailarinas, etc. Imagens que associam as crianças a representações sociais tipicamente adultas.⁶⁹

Por outro lado, a existência de um traje passeio completo e outro esportivo, exclusivamente para uso infantil, indica que este espaço mantém uma certa autonomia de representação, em relação ao espaço adulto. Autonomia que pode ser compreendida na relação do espaço infantil retratado para com o conjunto da sociedade, ou seja, basicamente se fotografou o espaço infantil da classe dominante, espaço este que deveria guardar os mesmos signos de distinção social que o seu equivalente adulto. Afinal, uma criança de classe dominante, de acordo com a ideologia que estrutura a mensagem fotográfica em revistas do tipo da *Careta*, nunca poderia ser apresentada da mesma forma que uma criança pertencente às classes populares.⁷⁰

⁶⁸ Fotos n.º: 175^a, 180^a, 181^a, 182^a, 183^a, 184^a, 185^a, 186^a, etc.

⁶⁹ Fotos n.º: 102^a – 105^a, 168^a – 172^a, 204^a – 207^a, etc.

⁷⁰ Fotos n.º: 96^a, 97^a, 97^a, 98^a, etc.

B) *O Cruzeiro*:

1) Espaço coletivo e espaço individual:

A organização do espaço da figuração na revista *O Cruzeiro* apresentou-se de acordo com a seguinte amostragem:

Descrição	1928	1934	1943	1950	1950	Total
Fotos de grupo	46,5%	48,5%	52,5%	30,5%	46%	48,5%
Fotos individuais	47,5%	25,5%	24,5%	53,5%	21%	29,5%
Fotos de casal	1,5%	6,5%	16%	5,5%	25%	13%

A proporção acima indicada aponta para a priorização do espaço coletivo sobre o individual: embora em alguns números – como os anos de 1928 e o primeiro número de 1950 – a tendência se inverta e a diferença entre a proporção de incidência entre os espaços ser pouca.

Na maioria dos casos o grupo, com mais de três pessoas, foi colocado em fotos com sentido horizontal, na direção central e com o grupo em linha reta, considerando-se este tipo de enquadramento o mais adequado para incluir todos os elementos constitutivos da mensagem e destacar o grupo na posição central, via de regra, no primeiro plano.⁷¹

Por outro lado, os pequenos grupos, ou seja, aqueles compostos por duas pessoas, ocuparam as fotos verticais, tal como as fotos individuais. Nesta opção de enquadramento a relação entre o espaço da figuração e o espaço geográfico torna-se mais evidente, na medida em que o fundo é destacado e a figuração nem sempre aparece no centro da foto, podendo ocorrer variações entre as direções esquerda e direita.⁷²

As opções relativas ao plano da expressão, acima descrita, indicam um equilíbrio entre o espaço coletivo e o individual na mensagem fotográfica veiculada pela revista *O Cruzeiro*. Assim, foi a escolha do lugar caracterizou uma certa distinção entre eles, como fica exposto na tabela seguinte:

⁷¹ Fotos n°: 7c – 9c, 34c, 37c, 71c – 74c, 84c, 101c, 98c, 169c, 188c, 217c, 222c, etc.

⁷² Fotos n°: 33c, 32c, 36c, 92c, 93c, 94c, 95c, 96c, 127c – 139c; 183c – 186c; 310c – 323c; 387c – 392c; etc.

	1928		1934		1943		1950		1950		TOTAL	
	I	G	I	G	I	G	I	G	I	G	I	G
Fundo Artificial	75		58	23,5	73	7	46	7	4,5		47	4,5
Clube	7,5	16	5	26,5	0	36	0	4,5	25	35	7	24
Estádio	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hotel	7,5	16	0	0	0	5	1	0	13,5	18	5	9
Praia	0	25	16	0	6,5	5	6	4,5	0	0	4	2
Parque	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Igreja	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	11	21
Avenida (Rua)	2,5	5,5	16	15	0	5	4,5	17	36	39	0	1
Praça	0	5,5	0	0	0	0	0	0	0	0	3,5	1
Fábrica	0	0	0	0	0	0	8	6,5	0	0	0,5	0,5
Loja	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	1	2,5
Inst. de Caridade	0	0	0	0	0	0	9	14	0	0	0,5	1
Baía	0	2,5	0	0	0	0	0	0	2,5	1	0	2
Salão Luxuoso	0	8	0	0	0	5	0	0	0	0	0,5	0,5
Navio	0	0	0	0	0	2	0	0	2,5	0	0	0,5
Calçadão	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	2,5
Teatro	0	0	0	0	0	0	0	0	9	5	0	6
Escola	0	0	0	9	0	0	0	27,5	0	0	0,5	0,5
Aeroporto	0	0	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0,5
Cabelereiro	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0,5
Escritório	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0,5
Estúdio de Rádio	0	0	0	0	0	0	11	15	0	0	4	2,5
Cinema	0	0	0	3	0	0	0	6,5	0	0	0	1,5
Sala	0	0	0	0	4,5	10	14	6,5	0	1	6	3
Quarto	0	0	0	3	0	5	1	2	4,5	0	1,5	1,5
Cozinha	2,5	2,5	0	0	0	0	0	0	2,5	0	1	0,5
Banheiro	0	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5
Varanda	2,5	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0,5	0
Jardim/Entr.	2,5	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0,5	1
Quintal	0	2,5	0	0	0	0	1	2	0	0	0,5	1
Paisagem Rural	0	23,5	0	17	9	0	4,5	2	0	0	3	7
Copa	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0,5	0

Legenda:

I - Fotos Individuais
G - Fotos de grupo

De acordo com esta amostragem os espaços reservados prioritariamente a figuração individual foram o estúdio com fundo artificial e a paisagem doméstica. Tais escolhas devem ser compreendidas dentro de uma certa tendência, na qual a revista *O Cruzeiro* prioriza as fotos internacionais, principalmente de Hollywood. Neste sentido, a moda internacional, as cenas do filme, a vida dos artistas e de pessoas renomadas mundialmente, fornecem temas e lugares para tais fotografias individuais.⁷³

Por outro lado, o espaço foi caracterizado pelas opções tradicionais, onde a classe dominante poderia ver e ser vista. Assim, o grupo foi retratado, geralmente, nos clubes, hotéis, avenidas e escolas; nesta coleção abriu-se espaço para a paisagem rural: fazendas e sítios – lugares tradicionalmente vinculados aos significados de riqueza e abundância. É importante ressaltar que de acordo com a proposta cosmopolita da revista *O Cruzeiro*, os espaços da cidade do Rio de Janeiro dividiam sua importância com outras cidades nacionalmente e mundialmente conhecidas. Através de tal recurso equiparava-se a burguesia urbana carioca aos padrões internacionais de representação, ou ainda, como um ideal a ser conquistado.⁷⁴

Em termos de indumentária, tanto para o âmbito individual como para o coletivo, o traje esporte fino foi o escolhido para figurar em um maior número de fotos, seguido pelo passeio completo e pelo uniforme. A maior incidência do traje esporte fino ao invés do passeio completo, como foi verificado na revista *Careta*, indica acima de tudo uma mudança de estilo na própria representação, através de uma determinada indumentária. Nesta nova tendência abandona-se a quantidade de signos de luxo e riqueza, para que uma maior adequação da indumentária ao evento, isto porque a revista *O Cruzeiro* foi lançada em 1928, época em que a tendência geral da moda começava a priorizar as linhas retas e econômicas, ao invés, dos babados, saias amplas, coletes, sobre-casacas, etc. Como fica exposto nas próprias imagens, era a época dos “tailleurs”, blusas de seda, ternos claros, roupas leves e adequadas a um estilo de vida “internacionalmente” carioca.

⁷³ Fotos nº: 95c, 96c, 183c, 283c – 241c, 48c.

⁷⁴ Fotos nº: 71c – 74c, 77c, 78c, 82c – 89c, 100c, 101c, 97c – 99c, 140c – 142c, 187c – 190c, 220c – 222c, 230c – 235c, 282c – 289c, etc.

Outra presença marcante, em termos de indumentária, foi a fantasia que, no entanto, concentrou-se no número reservado às respostas sobre o carnaval, explicando-se assim, tal presença.

Cabe, ainda, ressaltar a existência, tanto no espaço coletivo como no individual de dois mundos socialmente distintos: um mundo de riqueza, luxo e lazer, associado aos trajes finos e aos lugares exclusivos, pertencentes à classe dominante; e um outro de pobreza, precariedade e trabalho, associado a roupas simples e ambientes humildes, as festas de rua e aos locais de trabalho, como a fábrica e o campo, este mundo era reservado através da mensagem fotográfica às classes populares.⁷⁵

Com efeito, através desta representação dicotômica da sociedade, a grande imprensa ilustrada, transmitia como naturais imagens socialmente impostas.

2) Espaço feminino e espaço masculino:

Na revista *O Cruzeiro* a divisão entre o espaço feminino e masculino apresentou-se de acordo com o seguinte quadro de incidência:

Descrição	1928	1934	1943	1950	1950	Total
Homem I	15%	9,5%	5%	22%	7,5%	12,5%
Mulher I	32,5%	16,5%	19,5%	19%	8%	17%
Grupo Masc.	16%	15%	7,5%	11%	4%	9,5%
Grupo Fem.	11,5%	13,5%	6%	-	8%	7%
Casal	1,5%	7%	16%	5,5%	32%	13%

Observando-se o quadro acima se verifica a supremacia do espaço feminino individual em relação aos outros, no entanto, tal tendência se reverte do ponto de vista coletivo, onde o grupo masculino tem maior incidência. Assim, a primeira vista, ambos os espaços tendem a se equilibrarem. Entretanto, uma avaliação do posicionamento das figuras masculinas e femininas, na mensagem fotográficas, introduz novos elementos para uma compreensão mais detalhada de tal relação espacial, como fica exposto na seguinte distribuição:

Descrição	1º Plano	2º Plano	Plano Central
Figura Masculina	18%	8%	17,5%
Figura Feminina	18%	6,5%	27%

Com efeito, a tendência geral é para uma distribuição equilibrada entre o espaço feminino e masculino, já que ambos incidem em proporções iguais no primeiro plano. Por outro lado, há que se ressaltar a maior incidência da figura masculina em segundo plano e da feminina em plano central, revelando-se aí uma maior valorização da imagem feminina na composição fotográfica de *O Cruzeiro*.

Todavia, a avaliação do tipo de temática a que cada uma das figuras está relacionada, aponta para o fato de que, antes de existir uma hierarquia entre o espaço feminino e masculino, o que ocorre é uma especialização, como fica exposto na tabela abaixo:

⁷⁵ Fotos nº: 330c – 337c, 358c – 367c, 578c – 586c.

	1928		1934		1943		1950		1950		TOTAL	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
Eventos Sociais	1,5	1,5	0	0	0	1,5	0	0	4,5	0	1,5	0,3
Eventos Militares	0	0	0	0	2,5	1,5	5,5	0	0	0	2	0,1
Eventos Políticos	6,5	3,5	0	0	0	0	6	0	0	0	2,5	0
Instant. Cotidianos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5
Eventos Esportivos	4,5	0	2,5	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Eventos Culturais	0	5,5	1,5	1,5	1,5	1,5	6	1	0	0	2	1,5
Cenas de Filme	0	0	6,5	8	0	0	0	0	0	0	1	1
Curiosidades												
Cinematográficas	0	0	0	0	1,5	2,5	0	0	0	0	0,1	0,3
Vida de Artistas	2,5	11,5	0	2,5	7,5	5	0	0	0	0	1,5	2,5
Vida de Gente Famosa	0	0	2,5	0	0	0	2,5	4	0,5	2,5	1,5	2
Carnaval (Rua)	0	0	0	0	0	0	0	0	6,5	7,5	2	2,5
Carnaval (Clube)	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	5	0,1	1,5
Condições de Vida	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0,1	1
Reportagem												
Internacional: Moda	0	12,5	1,5	1,5	0	12	0	11,5	0	0	0,1	7
Reportagem												
Internacional:												
Curiosidade	1,5	0	9,5	4	0	0	6,5	1,5	0	0	3	1
Reportagem Nacional:												
Moda	0	0	0	12	0	2,5	0	0	0	0	0	2
Reportagem Nacional:												
Curiosidade	14	9,5	0	0	0	0	5,5	0	0	0	4	1,5

M - Masculino.

F - Feminino.

Tanto a figura masculina como a feminina estão presentes proporcionalmente, na maioria dos eventos incluídos na revista. Sendo assim, é justamente na relação de presença entre estas duas figuras em que se percebe a especialização espacial.

Os homens foram relacionados às temáticas que incluem: os eventos sociais, militares, políticos e esportivos, além das curiosidades nacionais e internacionais, itens que contêm uma grande variedade de temas que poderiam incluir desde os acontecimentos cotidianos da cidade, tais como: desastres de automóveis ou aviões, especialidades culinárias dos cozinheiros dos principais hotéis e clubes da cidade, reportagens sobre recursos naturais, etc. – até as últimas novidades do século XX.⁷⁶

Por outro lado, as mulheres foram associadas: a vida dos artistas e de pessoas famosas do “high society” internacional e principalmente à moda. Este último item se subdividia entre as novidades estrangeiras e sua utilização no âmbito nacional. Inclusive através da imagem da moda nacional que a especialização entre o espaço feminino e masculino evidencia-se claramente, visto que, esta temática está representada nas fotografias do Jockey Club, onde as mulheres são retratadas como o público elegante, destacando-se a sua indumentária bem cuidada e o seu estilo elegante. Até mesmo quando a figura masculina é incluída neste grupo aparece em segundo plano e, geralmente, em pequeno número. Assim, neste lugar, o espaço masculino associa-se ao esporte e à ação e o feminino à moda e ao papel de assistente.⁷⁷

No entanto, foi também no espaço feminino que se incluíram imagens das condições de vida das classes populares. Mais uma vez a representação dicotômica da sociedade reaparece, para confirmar os papéis socialmente impostos. Sendo assim, em tais imagens, a mulher das classes populares aparece, via de regra, trabalhando em serviços braçais do tipo: lavar roupa, cozinhar, cuidar de crianças, etc, ou ainda em situações de dificuldade e precariedade. A ela são associadas roupas simples e a sua casa poucos objetos interiores, além de estar localizada, geralmente no subúrbio dos desassistidos pelas autoridades. Nesse sentido, o espaço feminino para as classes populares é um espaço periférico, que acaba por se confundir com o espaço coletivo, não recebendo, com isso, a mesma valorização das

⁷⁶ Fotos nº: 220c – 222c; 273c – 281c, 2c, 6c, 7c – 9c, 10c – 12c, 13c – 16c, 17c, 42c, 43c, 49c – 52c, 87c, 88c, 89c, etc.

⁷⁷ Fotos nº: 44c – 47c; 54c – 70c: 238c – 241c; 242c – 245c; 267c – 271c; etc.

mulheres da classe dominante, que surgiam nas imagens sempre com boa aparência, em lugares exclusivos e protagonizando situações de lazer ou de romance.⁷⁸

Com efeito, a especialização entre o espaço feminino e masculino promovido pela revista *O Cruzeiro*, reafirma os significados anteriormente atribuídos à figura feminina e masculina. Vale lembrar que:

Espaço masculino = espaço de poder, decisão e ação.

Espaço feminino = espaço de aparência, frivolidade e passividade.

3) Espaço infantil e espaço adulto:

Na revista *O Cruzeiro* o espaço adulto foi priorizado, em todos os números analisados apresentando para o conjunto da coleção uma proporção de 78% das fotos contra 10% de crianças sozinhas e 3% de crianças acompanhadas de adultos.

Da mesma forma que na revista *Careta*, o espaço adulto se confunde com o espaço coletivo. No entanto, invertendo a tendência apresentada naquela revista, o espaço propriamente infantil supera aquele onde as crianças aparecem acompanhadas de adultos, indicando com isso uma relativa autonomia na representação do universo infantil.

As temáticas que tal espaço se relaciona indicam que tipos de representações estão associados a ele.

⁷⁸ Fotos nº: 358c – 367c; 387c – 407c.

	1928		1934		1943		1950		1950		TOTAL	
	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA	S	CA
%												
Eventos Sociais	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0,5
Eventos Militares	0	0	0	0	0	1,5	0	0	0	0	0	0,1
Eventos Políticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Instant. Cotidianos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eventos Esportivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eventos Culturais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cenas de Filme	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0,1
Vida de Artistas	0	0	0	0	1,5	0	0	0	0	0	0,1	0
Curiosidades Cinematográficas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vida de Gente Famosa	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0,5	0,1
Carnaval (Rua)	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0,5	1	0,1
Carnaval (Clube)	0	0	0	0	0	0	0	0	14,5	2	5	0,5
Condições de Vida	0	0	0	0	5	5	0	0	0	0	1,5	1
Reportagem Internacional: Moda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Internacional: Curiosidade	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Nacional: Moda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reportagem Nacional: Curiosidade	0	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,1
Reportagem Nacional: Vida Cotidiana	0	0	0	0	0	0	12	0	0	0	3	0

S - Só crianças.

CA - Crianças e adultos

É interessante notar que na revista *O Cruzeiro*, as crianças acompanhadas ou não de adultos, aparecem relacionadas a um número bem menor de temáticas que na *Careta*, apontando para uma especialização do espaço infantil em torno de determinados eventos, notadamente: o carnaval, a vida de pessoas internacionalmente famosas, as reportagens sobre as condições de vida das classes populares e as reportagens que retratam a vida cotidiana da classe dominante.

Percebe-se, através deste conjunto de temáticas uma divisão clara entre o espaço infantil de classe dominante e o espaço infantil das classes populares.

O primeiro associou-se ao carnaval nos clubes exclusivos e à disposição de um estilo de vida ligado aos significados da riqueza, luxo, reconhecimento público, lazer e conforto. Enquanto o segundo estava relacionado ao carnaval de rua e à aceitação de um estilo de vida associado à carência, à precariedade, ao anonimato, ao trabalho e à humildade. Expressões contraditórias de uma mesma sociedade que, ao invés de atuarem como denúncia – visto que a única atitude retratada como forma de assistência foi a caridade – determinaram a aceitação tácita das condições de “naturalmente” rico e “naturalmente” pobre.

As opções de indumentária refletem este quadro de contradições, pois do conjunto dos vários trajes, à parte da grande incidência da fantasia associada, nesta revista, exclusivamente ao carnaval, a proporção entre o traje esporte fino e as roupas simples foi bastante próxima, denotando justamente a existência de um espaço infantil que poderia usufruir os signos de distinção atribuídos aos objetos pessoais, e outro, carente de tais signos deveria se contentar com o mínimo necessário.

Neste sentido, a constituição do espaço infantil, na revista *O Cruzeiro* reitera as conclusões tiradas anteriormente quando da análise da mensagem fotográfica na revista *Careta*.

C) Nota comparativa

Com efeito, o espaço da figuração em ambas as revistas, guardando as diferenças no plano da forma da expressão, foram no conjunto semelhantes, ou seja: coletivo, misto e adulto.

Somente na relação entre o espaço feminino e o masculino que se estabeleceu uma certa diferença entre as duas revistas. Visto que, *O Cruzeiro* valorizou o espaço feminino enquanto a *Careta*, o masculino. Tal tendência pode ser explicada pelo estilo de *O Cruzeiro*, mais voltado para o público feminino, principalmente através da grande incidência das fotos de moda, enquanto que a *Careta* manteve a sua tradição, por mais que tenha sofrido influências do estilo da outra revista, de se voltar para um público mais amplo.

Uma nota sobre tal diferença de estilo que, foge a análise propriamente fotográfica, pode ser feita através da observação das capas de cada uma das revistas. A *Careta* manteve ao longo de mais de sessenta anos de publicação, capas voltadas para a crítica política, ilustradas com caricaturas de J. Carlos, Calixto, Nássara, entre outros caricaturistas famosos. Enquanto *O Cruzeiro* especializou-se em capas femininas a princípio com desenhos e posteriormente com fotografias coloridas.

4.4.5 – ESPAÇO DA VIVÊNCIA

O espaço da vivência, nas revistas ilustradas, compreende o tema da foto, incluindo-se os eventos e atividades que mereciam ser retratadas, como também os tipos de imagens a partir daí produzidas.

Neste sentido, foram estabelecidos, para ambas as revistas, 20 itens que compreendem os principais temas levantados ao longo da análise, não só destas duas revistas, mas naquela aferição inicial sobre as principais revistas ilustradas do período demarcado para estudo.

Dentre estes temas grande parte incidiu somente em *O Cruzeiro*, devido ao próprio estilo desta revista. Uma única exceção foi a temática do carnaval que, a princípio, ausente, foi posteriormente incluída, daí a repetição da revista *Careta*, em 1932 e *O Cruzeiro*, em 1950.

A) Revista *Careta*:

A incidência dos temas na revista *Careta* apresentou a seguinte proporção:

Descrição	1908	1915	1922	1932	1932	1938	1942	1945	1950	Total
Eventos Sociais	7,5%	8%	64%	50%	5,5%	41,5%	9,5%	18,5%	-	24%
Eventos Militares	46%	21%	2,5%	13,5%	2,5%	-	-	-	-	8,5%
Eventos Políticos	15,5%	6%	2,5%	-	-	1,5%	22%	-	-	5%
Instant. Cotidianos	27%	4%	-	3,5%	-	-	-	-	-	3%
Eventos Esportivos	-	8%	-	10%	2,5%	21,5%	18,5%	-	36%	12,5%
Eventos Culturais	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5%
Cenas de Filme	-	-	-	-	-	-	-	18,5%	-	1%
Vida de Aristas	-	-	-	13,5%	-	14,5%	12,5%	6,3%	-	8%
Curiosidades										
Cinemat.	-	-	-	-	-	14,5%	-	-	-	2,5%
Vida de Gente										
Famosa	-	-	2,5%	-	-	-	-	-	-	0,5%
Paisagem	-	-	5%	6%	5,5%	6,5%	-	-	-	3%
Rua	-	-	-	-	55%	-	-	-	-	-
Carnaval Clube	-	-	-	-	21%	-	-	-	-	8,5%
Report. Científicas	-	-	-	-	-	-	-	-	64%	7,5%
Report. Sociais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Report. Int. Moda	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Report. Int.										
Curiosidades	-	-	-	-	-	-	15,5%	-	-	1,5%
Report. Nac. Moda	-	-	-	-	-	-	18,5%	-	-	2%
Report. Nac.										
Curiosidades	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Report. Nac.										
Banhos de Mar	-	53%	23,5%	3,5%	8%	-	22%	-	-	14%
Report. Nac. Vida Cotidiana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

No conjunto da coleção foram os eventos sociais; banhos de mar, eventos esportivos, eventos militares e o carnaval que mereceram maior destaque, tanto pela quantidade de vezes em que foram registrados como pela regularidade de aparição. Cada um desses grupos de eventos foram veiculados pela mensagem fotográfica da revista *Careta*, através de uma série de opções do plano da forma da expressão, que lhes concederam um perfil próprio.

Nos eventos sociais estão incluídos os piqueniques, as festas de caridade, os bailes de formatura, as festas de encerramento das escolas, as festas de natal, os encontros femininos, jantares de gala, exposições variadas, chagadas e partidas do Cais Pharoux e toda uma gama de situações nas quais o grupo se encontrava e buscava registrar sua presença, entre os iguais, através da fotografia.

Em termos de opções técnicas as fotografias de eventos sociais guardaram o seguinte padrão: fotos grandes, retangulares, apresentadas em reportagens fotográficas com título e legenda, posadas, horizontais, na direção central e com grupo em primeiro plano; localizadas nos clubes, hotéis, escolas e salões luxuosos, locais exclusivos e reservados ao convívio da classe dominante.⁷⁹

Neste sentido os eventos sociais, na mensagem fotográfica, foram bastante valorizados, tanto pela opção por fotos de tamanho grande, como por sua autonomia em relação ao texto escrito.

Com efeito, era em tais eventos, que se reafirmava a existência de um espaço reservado ao comum da classe dominante, onde se vivenciava e se consumia o mesmo universo de representações. Tal momento ao ser registrado e impresso em um veículo de maior circulação, do que os álbuns de família, tinha por objetivo não só publicar uma dada condição de poder, como também marcar a diferença entre o grupo dominante e os outros excluídos daquele universo repleto de luxo e riqueza. É dentro desta tendência que, também deve ser compreendida a opção pela foto posada, na qual os gestos e a aparência podiam ser totalmente controlados.

Por outro lado, ao reafirmar o exercício do poder no espaço do lazer, as fotos de eventos sociais contribuíram sobremaneira, para a construção de uma noção de trabalho, ligadas à classe dominante, totalmente diversa daquela ligada à produção e à geração da riqueza.

As fotografias de banho de mar e passeios pela orla marítima, por serem fotos ao ar livre, guardam a marca do movimento e da variedade, em suas opções técnicas.⁸⁰

Assim, em termos de incidência, as fotos grandes foram proporcionais às pequenas, as posadas aos instantâneos, e as com direção direta proporcionais as com direção esquerda e as centrais. Neste sentido, a padronização se fez justamente através desta variação, capaz de captar a alegria e o ritmo acelerado desta vivência.

O banho de mar é uma vivência que, aos poucos foi sendo adaptada ao lazer da classe dominante, mas não exclusivamente a ela, pois apesar de delimitarem geograficamente às praias do povo e da elite, a “invasão” era inevitável. Com isso, a praia

⁷⁹ Fotos n°: 22^a, 23^a, 27^a, 28^a, 31^a, 84^a – 86^a, 87^a, 88^a, 91^a – 93^a; 115^a – 116^a; 109^a – 110^a; 122^a, 121^a, 131^a, 141^a, 138^a, 139^a, 187^a – 194^a, 204^a – 207^a, 230^a – 232^a, 255^a, 292^a.

⁸⁰ Fotos n°: 44^a – 47^a, 52^a – 60^a; 95^a, 89^a, 90^a, 96^a – 98^a, 99^a – 101^a; 130^a, 132^a, 307^a, 323^a, 324^a, 216^a – 222^a.

tornar-se um local de lazer democrático, onde a distinção era feita através da utilização de objetos-pessoais que indicavam poder econômico, tais como: quimonos importados, sombrinhas japonesas, “maillots” com modelos exclusivos, etc; além do controle do gesto, afinal, a espontaneidade não era qualidade aceitável para “uma moça de família fina” ou ao “galante almofadinha”.

As fotos deste tipo de evento estiveram presentes na revista *Careta*, e suas congêneres ao longo de toda a sua trajetória, tanto como marca de reconhecimento da cidade do Rio de Janeiro, quanto do jeito de ser carioca.

Nos eventos esportivos também se destaca a ação como objeto central da mensagem fotográfica. No entanto, acompanham um determinado padrão composto por fotos pequenas, retangulares, organizadas em reportagens fotográficas com título e legenda, instantâneas, horizontais e centrais. Neste caso o ritmo da ação é indicado por uma maior presença de fotografias instantâneas e pela sua organização em reportagens fotográficas que têm por característica básica a seqüência de imagens tomadas de ângulos diferentes num mesmo espaço.

Tais opções técnicas reiteram as conclusões obtidas na análise do espaço da figuração, quando se relacionou o evento esportivo ao espaço masculino e aos significados de ação e dinamismo. Significados que associados à opção pela fotografia instantânea reforça o grau de naturalidade transmitido pela imagem. Aliado ao fato de que a maioria das fotografias só vinham acompanhadas com título e legenda, prescindindo do texto escrito, já que visualmente a mensagem era integralmente compreendida, inclusive com o reconhecimento por parte do público dos momentos vivenciados e pessoas conhecidas.

Em tais eventos estão incluídas as seguintes modalidades esportivas: o turfe, o futebol e o remo. No primeiro caso o espaço é dividido com a figura feminina, que se coloca no âmbito da platéia e se vincula as fotos posadas, nas quais, o objetivo principal da mensagem transmitida é indumentária.

O remo aparece em dois números, o de 1915 e o de 1932, posteriormente, o espaço de o esporte tornar-se sinônimo de futebol, tendo o seu ponto máximo de representatividade em 1950, com uma reportagem especial sobre a Copa do Mundo, naquele ano realizada no Brasil. No entanto, nesta época, o futebol já havia se profissionalizado e não mais representava o esporte de elite, pois fora definitivamente conquistado pela habilidade das

massas, entrando para o rol das reportagens especiais com título, texto e legenda; assim tal imagem perde a autonomia da leitura, puramente visual, necessitando de apoio no texto escrito que lhe direciona a compreensão.⁸¹

Os eventos militares seguem uma padronização na sua expressão bastante semelhante aos eventos sociais, a não ser pela proporção mais elevada de fotos instantâneas. Assim, o conjunto dos eventos militares compõem-se de fotos grandes, organizadas em reportagens fotográficas com título e legenda, horizontais, centrais e com o grupo em primeiro plano.

As fotos de tais eventos concentram-se, basicamente, até a década de 1930. Neste intervalo de tempo, os eventos militares são retratados de duas maneiras: na ação e nas cerimônias; daí a divisão quase igualitária entre as fotografias instantâneas e posadas.⁸²

No primeiro caso é o próprio evento que se coloca como objeto central da foto, sendo registradas imagens de experimentos militares, manobras de treinamento, os combates da primeira grande guerra, etc. Enquanto que no segundo à medida que os aspecto cerimonial é priorizado a figuração assume o plano central, ressaltando os aspectos do culto às personalidades e destaque para aqueles que seguissem a carreira militar, principalmente pela presença de fotos de formatura das escolas militares.

De acordo com tal tendência, os eventos militares confundiam-se com os sociais, tendo em vista que se igualavam tanto nos atributos da mensagem fotográfica, como pelo objetivo político de tais encontros. Assim, juntos ambos os eventos apontam para uma noção ampliada de política que ultrapassava os eventos, propriamente, políticos. Visto que as elites políticas, militares e civis se confundiam na composição da classe dominante, criando assim diversas instâncias de decisão.

O último tema marcante foi o carnaval, inclusive se introduziu um número especialmente voltado para o tema. Na sua avaliação descobriu-se a existência de dois carnavais: um de rua e outro dos clubes. É importante ressaltar que o número analisado, datado de 1932, possui uma dimensão temporal, da qual não pode ser desvinculada, assim a avaliação de tais fotos guarda, mais do que os outros eventos que foram avaliados em conjunto, a marca do seu tempo.

⁸¹ Fotos n.º: 39^a – 42^a; 135^a – 137^a, 210^a – 215^a, 278^a – 290^a.

⁸² Fotos n.º: 3^a – 8^a; 14^a, 15^a, 29^a, 30^a, 34^a – 38^a, 123^a, 124^a, 291^a.

Em 1932, o carnaval de rua foi a grande atração da revista *Careta*, reunindo 55% das fotografias do número, contra 21% das fotos de clube.

As fotografias de clube possuem um padrão bastante uniformizado, em termos de opções técnicas, ou seja, todas as fotos são grandes, avulsas com título ou legenda, posadas, horizontais, centrais e com o grupo em primeiro plano. Sempre a mesma expressão para todos os conteúdos: fotos de bailes infantis e adultos.⁸³

Por outro lado, as fotografias de rua apresentam uma padronização diversa e mais flexível, tendo em vista que não possui a unanimidade acima descrita. No conjunto, o padrão estabelecido foi de fotografias médias, variando entre as reportagens fotográficas com título ou legenda e a foto avulsa com título ou legenda, posadas, horizontais e centrais. Neste caso, a presença de reportagens fotográficas, com seqüência de imagens denota a intenção de tomar diversos aspectos de um mesmo momento, vivido de diversas maneiras, e através deste recurso imprimir movimento às imagens, como as fotografias do curso na Avenida Beira-Mar.⁸⁴

Neste sentido, o carnaval de rua, apesar de se limitar as ruas da zona sul e ao centro da cidade, era o momento de alegria e descontração permitidas, quando a imagem ganhava movimento para captar a intensidade do momento vivido, visto que mesmo nas fotos posadas a variação de direção, e fundo imprimiam um número diferente a tal evento. Enquanto que o carnaval de clube, menos popular, guardava a ordenação imposta aos ambientes exclusivos dos eventos sociais.

Por fim, vale ressaltar uma tendência ausente na revista *Careta*: as reportagens sobre as condições de vida das classes populares. Tal ausência aponta para a tentativa de criar a representação de uma sociedade homogênea, sem contradições, onde a figuração está perfeitamente adaptada ao ambiente e o evento, e todos estes elementos se encaixam de formam harmônica num espaço geográfico, cujas opções técnicas confirmam este suposto equilíbrio.

⁸³ Fotos n°: 293^a, 294^a, 295^a, 296^a, 297^a, 327^a, 328^a.

B) Revista *O Cruzeiro*

Em termos de temática a revista *O Cruzeiro* apresentou o seguinte quadro de incidência:

Descrição	1928	1934	1943	1950	1950	Total
Eventos Sociais	9,5%	4%	5%	-	7,5%	5%
Eventos Militares	-	-	14,5%	10%	-	4,5%
Eventos Políticos	10,5%	-	3,5%	6%	-	3,5%
Instant. Cotidianos	3,5%	-	-	-	-	0,5%
Eventos Esportivos	8%	17%	7,5%	-	-	4%
Eventos Culturais	7%	7%	2,5%	10,5%	-	5%
Cenas de Filme	-	17%	-	1,5%	-	2,5%
Vida de Aristas	12,5%	3%	23%	-	3%	6,5%
Curiosidades Cinemat.	-	3%	7,5%	-	-	1,5%
Vida de Gente Famosa	1%	4%	-	13%	-	4%
Paisagem	2,5%	7%	-	-	-	1%
Carnaval de Rua	-	-	-	-	36%	12,5%
Carnaval Clube	-	-	-	-	50,5%	17%
Report. Científicas	-	-	-	-	-	-
Report. Sociais	-	-	8,5%	6%	3%	4%
Report. Int. Moda	12,5%	1%	10%	11,5%	-	6,5%
Report. Int. Curiosidades	7%	23%	6%	17%	-	9%
Report. Nac. Moda	-	21,5%	7,5%	-	-	3,5%
Report. Nac. Curiosidades	26%	10%	-	11,5%	-	8%
Report. Nac. Banhos de Mar	-	-	-	-	-	-
Report. Nac. Vida Cotidiana	-	-	12%	13%	-	5%

Os temas que compareceram de forma marcante e constante no período delimitado para estudo foram: as curiosidades internacionais e nacionais, a moda internacional e a vida dos artistas de Hollywood. O carnaval, tal como na revista anterior, foi analisado em um número à parte dedicado exclusivamente ao evento.

Os itens curiosidades nacionais e internacionais, como já foi apontado anteriormente, incluem uma gama variada de assuntos que possuem em comum o caráter de excepcionalidade, de algo que não ocorre comumente e que foge à rotina. Tanto a nível nacional como internacional, a variedade moldou o perfil deste item que, por falta de uma denominação melhor, foi chamado de curiosidade.

Da mesma forma que na revista *Careta*, foram analisadas as opções relativas ao plano da forma de expressão, no sentido de recuperar, justamente, a inter-relação do plano da expressão e do conteúdo.

⁸⁴ Fotos n.º: 298^a – 305^a; 308^a – 315^a; 317^a – 321^a.

A temática das curiosidades internacionais foi composta por fotografias com o seguinte padrão: pequenas, retangulares, organizadas em reportagens fotográficas com título, texto e legenda, instantâneas, verticais, centrais, e via de regra, com a ação em primeiro plano.⁸⁵

Este tipo de temática era geralmente organizado em sessões fixas de revista, como a chamada “Pelas Cinco Partes do Mundo”, cujo objetivo era interar o leitor em um número variado de eventos vinculados aos Estados Unidos ou aos países da Europa Ocidental. Neste sentido, as opções técnicas visam adaptar, através da prioridade por fotos cujo objeto central é o movimento, a variação rápida de temática.

A dependência das imagens em relação ao texto escrito é uma forma de introduzir o leitor na temática retratada, visto que, a maioria das fotografias são pequenas e apresentam, numa mesma reportagem fotográfica, temas discrepantes, sem qualquer unidade temática, além da própria curiosidade.

Ao priorizar fotos de variedades internacionais, presentes em todos os anos analisados, a revista *O Cruzeiro* pretende transportar o leitor para um universo estranho daquele que convive cotidianamente, investindo no caráter meramente lúdico das imagens, à medida que a informação que elas transmitem são vazias em termos de referências culturais do leitor que as recebe. Assim, esvaziando cada vez mais a imagem, a revista *O Cruzeiro* cria uma nova estética para a mensagem fotográfica, na qual a expressão vale mais do que o conteúdo informativo, que é praticamente deslocado do texto imagético para o escrito.

Por outro lado, as fotografias que inserem a temática das curiosidades nacionais possuem um objetivo diferente, apesar de apresentarem um padrão técnico semelhante, qual seja: fotos pequenas, organizadas em reportagens fotográficas com título, texto e legenda, realizadas nos termos do fotojornalismo, posadas, verticais e centrais.⁸⁶

No caso de tais fotografias, o objetivo central é criar em torno de temas que tratam, na maioria dos casos, do progresso e do trabalho, compondo uma certa visão de presente e uma co-responsabilidade para com o futuro do país. Mais uma vez, o leitor é lançado para um mundo distinto daquele que vive o seu dia-a-dia e é levado a refletir sobre assuntos

⁸⁵ Fotos nº: 17c – 19c; 21c – 24c; 124c – 132c; 127c – 139c; 164c – 166c; 227c – 229c; 236c – 237c; 302c – 315c; 316c – 324c.

⁸⁶ Fotos nº: 2c – 6c; 32c – 40c; 41c – 43c; 298c – 300c; 329c – 344c; 368c – 384c; 157c – 163c.

nacionais, a posicionar-se em relação a problemas de grande monta; atitude que é, grande medida, direcionada através da composição do texto imagético conjuntamente com o texto escrito, sendo o primeiro a ampliação do segundo. Tal tendência evidenciou-se já na década de 1930, com o advento do fotojornalismo, exacerbando-se nas décadas de 1940 e 1950.

Tanto as temáticas de curiosidade nacionais e internacionais, tinham como finalidade a transferência do leitor de seu espaço conhecido para um outro distinto, alienando-o de seu universo de representações e impondo-lhe um novo repertório de assuntos que lhe serviria de conteúdo para o seu lazer como para as suas reflexões mais profundas.

Do ponto de vista do público leitor, para o qual este tipo de publicação estava endereçado, qual seja, a camada alfabetizada e como esses o suficiente para consumir supérfluos, tais informações chegavam como mais um signo de distinção social. Visto que, a partir da interação de um novo universo de representações distanciava-se cada vez mais daquele que poderia ainda ter pontos em comum com outras classes sociais. Com *O Cruzeiro* amplia-se o consumo de uma cultura de almanaque que moldou o perfil de gerações.

A moda internacional, terceira temática de maior incidência, guarda o seguinte padrão de imagem: fotos pequenas ou médias, retangulares, organizadas em reportagens fotográficas com título e legenda, verticais, centrais e com a figura feminina sempre em plano central.

Um padrão de imagem que acompanhou a revista desde sua criação, com variação apenas do estilo da indumentária, para acompanhar as tendências de cada época. Uma moda destinada ao consumo exclusivo da camada endinheirada da população, tendo em vista os objetos pessoais que a compunha e os eventos aos quais se associava.⁸⁷

Uma temática que se vinculava integralmente ao universo feminino, representando literalmente a condição desta figura como modelo ser seguido. Por outro lado, a exclusividade do padrão europeu e norte-americano de vestimenta reforça àquela tendência a alienação cultural, já exposta acima, pois a indumentária é também um sistema de significação, fruto de um trabalho social de produção sígnica.⁸⁸

⁸⁷ Fotos n.º: 44c – 47c; 64c – 69c; 242c – 245c; 267c – 271c; 342c – 357c.

⁸⁸ Barthes, Roland. “Sistema da Moda”, São Paulo, Edusp, 1979.

_____. “Elementos de Semiologia”, Lisboa, Ed. 70, 1964.

A vida dos artistas de Hollywood foi a temática destacada do conjunto dos três itens sobre cinema, expressando-se através de fotografias pequenas, retangulares, organizadas em reportagens fotográficas que poderiam ou não virem acompanhadas de texto escrito, posadas, verticais, centrais e com a figura individual em primeiro plano.⁸⁹

A diversão, os eventos sociais, os filmes, os escândalos, enfim a vida privada de pessoas que se tornaram símbolos públicos de um modo de vida vitorioso, principalmente a partir da década de 1940, era avidamente consumido por leituras assíduas dos semanários. Tal como a moda, estas imagens tinham como objeto central a figura humana, e diferente de poses. No entanto, a pose não foi utilizada como sinônimo de estaticidade, pois nela estava pressuposto uma série de vivências que alimentavam a curiosidade dos leitores e aumentavam a fila dos cinemas.

Neste caso, a ficção se mistura a vida real, rompendo os limites entre o personagem e aquele que desempenha o seu papel uma nova representação. Das páginas da revista, para os corações das donas-de-casa e meninas sonhadoras, saltava o galã ou a estrela de cinema que passavam a conviver seu espaço doméstico, como um sonho tornado realidade ou como uma fita de cinema.

Em tal convivência o leitor tinha mais o que aprender; e consumia avidamente tudo o quem lhe era transmitido, mudando a sua maneira de ser e agir, no sentido de um novo padrão comportamental, cujo código dominante não mais era elaborado na sua vivência diária, mas imposto pelas influências internacionais.

A temática do Carnaval, tal como na *Careta*, apresentou uma divisão entre a rua e o clube. No entanto, ambos apresentaram o mesmo padrão de imagem: fotos pequenas, retangulares, organizadas em reportagens fotográficas com título, texto e legenda, nos moldes do fotojornalismo, instantâneas, verticais e centrais e com a figura humana em primeiro plano.

Neste sentido, tanto o carnaval de rua quanto o de clube, foram considerados como uma vivência variada, na qual o instantâneo foi a medida do tempo, por estar intimamente ligada ao flagrante de uma atitude incomum ou de um comportamento muitas vezes proibido que, no carnaval tornava-se, com o apoio da imagem publicada, permitido. Tal fato criou em torno desta festa uma certa aura de liberdade e permissividade, totalmente

⁸⁹ Fotos n°: 54c – 60c; 167c – 170c; 183c – 186c; 171c – 173c; 217c – 219c; 223c – 226c; 499c – 503c.

diversa daquela retratada no carnaval dos anos trinta, denotando assim que uma mesma vivência possui significados diferentes em temporalidades diversas.⁹⁰

Os significados acima descritos foram reforçados pela sensualidade das fotos, compostas por tomadas de rostos, pernas, seios, nádegas, de beijos ardentes, do movimento do corpo, etc. Uma imagem que, desta vez, era reforçada pelo texto escrito. Tal dependência pode ser avaliada tanto na relação entre o espaço ocupado pelo texto imagético e pelo escrito, com predomínio do primeiro que, através da opção por fotografias pequenas inclui o maior número de imagens possíveis; quando no conteúdo deste texto escrito que, via de regra, possuía um caráter poético, em nada descritivo, tal como o trecho seguinte: “O Carnaval passou, mas ainda está na lembrança de todos nós. E com mais razão deve estar na lembrança de Vicky, Leda, Ângela, três garotas que foram autênticas campeãs do reinado de Momo”.⁹¹

Através da transmissão da vivência carnavalesca através deste tipo de mensagem fotográfica, a revista *O Cruzeiro*, introduziu a sensualidade e a temática da sexualidade, no seio da tradicional família burguesa que, nos anos cinquenta reciclava valores e normas comportamentais, contribuindo sobremaneira para tal processo.

C) Nota comparativa

A avaliação das temáticas de ambas as revistas, reiteram os aspectos já apontados, quando da análise do espaço geográfico, onde se demonstra a especialização de cada uma das revistas em torno de universos espaciais diferentes. Neste sentido, o próprio espaço de vivência está intimamente relacionado aos lugares e ambientes retratados, compondo através da mensagem fotográfica uma rede de significados que liga o espaço da vivência ao espaço geográfico, e ambos ao espaço propriamente fotográfico, como ficou caracterizado na avaliação anterior. E cada qual não pode ser isolado dos agentes que vivenciam, concebem, compõem e consomem tais espaços, quais sejam: os leitores, a figuração, os fotógrafos e a editoração da revista.

Com efeito, a revista *Careta* manteve, ao longo do período delimitado para estudo, um perfil temático tradicional, voltado para padrões de imagens já estabelecidos e para um público leitor fiel, composto por famílias ricas ou pertencentes às camadas médias da

⁹⁰ Fotos n°: 426c – 438c; 475c – 481c; 482c – 498c; 504c – 510c; 524c; 521c; 526c; 592c – 598c.

população urbana com acesso ao consumo de bens culturais. Ao longo deste período compôs uma imagem da cidade do Rio de Janeiro, vivenciada pela burguesia urbana, profundamente variada e repleta de signos que até hoje perduram no imaginário carioca.

Por outro lado, a revista *O Cruzeiro*, para o mesmo público leitor, transmitiu uma imagem reformulada em seus padrões técnicos e renovadas pela aceitação de novos padrões comportamentais, sob clara influência internacional. Assim investiu na criação de uma nova imagem para o Rio de Janeiro, mais adequada aos padrões internacionais da burguesia urbana vitoriosa.

⁹¹ Amádio, José. “Campeões do Carnaval”. In: *O Cruzeiro*, 11.3.1950, p.20.

Revista Careta

1 - LOCAL RETRATADO

1.1 - Rio. Sem determinação:

Zona Sul: Copacabana
(Ipanema/Leblon/Leme)

Zona Sul: Flamengo (Beira-
Mar)

Zona Sul: Urca

Zona Sul: Botafogo

Zona Sul: Baía da Guanabara

Zona Sul:
Paineiras/Laranjeiras

Zona Sul: Praia Vermelha

Zona Sul: Gávea

Zona Sul: Sem determinação

Zona Norte: Tijuca/Alto

Zona Norte: Vila Isabel

Centro da Cidade

Subúrbios

Cidades do Estado do Rio

	06.06.1908	02.01.1915	30.12.1922	02.01.1932	20.02.1932	01.01.1938	24.01.1942	27.01.1945	08.07.1950	TOTAL
1.1 - Rio. Sem determinação:	14	0	2	0	0	0	0	0	0	16
Zona Sul: Copacabana (Ipanema/Leblon/Leme)	0	16	2	3	4	5	7	3	0	37
Zona Sul: Flamengo (Beira- Mar)	2	10	3	4	9	17	0	0	0	45
Zona Sul: Urca	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Zona Sul: Botafogo	0	1	4	1	2	3	0	0	0	11
Zona Sul: Baía da Guanabara	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Zona Sul: Paineiras/Laranjeiras	4	0	0	4	2	4	1	0	0	15
Zona Sul: Praia Vermelha	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zona Sul: Gávea	0	3	0	0	0	0	6	0	0	9
Zona Sul: Sem determinação	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zona Norte: Tijuca/Alto	0	1	0	1	1	3	0	0	14	19
Zona Norte: Vila Isabel	0	0	2	0	0	1	0	0	0	3
Centro da Cidade	6	7	22	10	16	6	9	3	0	79
Subúrbios	0	0	1	1	1	0	0	0	0	3
Cidades do Estado do Rio	0	0	5	0	1	0	0	0	0	6

**1.2 - FORA DO RIO NO
BRASIL**

Região Sul

Região Sudeste

Região Centro-Oeste

Região Nordeste

Região Norte

Região Sul	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Região Sudeste	0	0	0	2	2	0	0	0	0	4
Região Centro-Oeste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Região Nordeste	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4
Região Norte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25

1.3 - FORA DO BRASIL

Europa Ocidental

USA: Vários

USA: Hollywood

Europa Ocidental	0	10	0	0	0	0	0	0	0	10
USA: Vários	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
USA: Hollywood	0	0	0	4	0	18	7	10	0	39

2 - TEMA RETRATADO

2.1 - Eventos Sociais
2.2 - Eventos Militares
2.3 - Eventos Políticos
2.4 - Instant. Cotidianos (Flanerie)
2.5 - Eventos Esportivos
2.6 - Eventos Culturais
2.7 - Cinema: Cenas de Filmes
2.7 - Cinema: Vida de Artistas
2.7 - Cinema: Curiosidades
2.8 - Vida de Gente Famosa
2.9 - Paisagem
2.10 - Carnaval
2.11 - Reportagem Científica
2.12 - Reportagem Social: Condições de Vida
2.13 - Reportagem Internacional: Variadas: Moda
2.13 - Reportagem Internacional: Variadas: Curiosidades
2.14 - Temática Exclusiva: Moda
2.14 - Temática Exclusiva: Curiosidades
2.14 - Temática Exclusiva: Banhos de Mar
2.14 - Temática Exclusiva: Vida Cotidiana

06.06.1908	02.01.1915	30.12.1922	02.01.1932	20.02.1932	01.01.1938	24.01.1942	27.01.1945	08.07.1950	TOTAL
2	4	27	15	2	25	3	3	0	81
12	11	1	4	1	0	0	0	0	29
4	3	1	0	0	1	7	0	0	16
7	2	0	1	0	0	0	0	0	10
0	4	0	3	1	13	6	0	14	41
1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	3	0	3
0	0	0	4	0	9	4	10	0	27
0	0	0	0	0	9	0	0	0	9
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
0	0	2	2	2	4	0	0	0	10
0	0	0	8	21	0	0	0	0	29
0	0	0	0	0	0	0	0	25	25
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	5	0	0	5
0	0	0	0	0	0	6	0	0	6
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	27	10	1	3	0	7	0	0	48
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3 - PESSOAS RETRATADAS

3.1 - Homem (I)

1	2	1	0	2	2	3	0	9	20
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Posando para Foto
Beijando-se/Abraçando-se

4	5	31	23	28	32	18	10	17	168
0	10	0	0	0	0	0	0	0	10

6 - ATRIBUTOS DA PAISAGEM

6.1 - PAISAGEM URBANA

	06.06.1908	02.01.1915	30.12.1922	02.01.1932	20.02.1932	01.01.1938	24.01.1942	27.01.1945	08.07.1950	TOTAL
Clube	0	3	2	3	9	4	9	0	0	30
Estádio	0	0	0	4	1	0	0	0	14	19
Hotel	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
Praia	0	27	7	3	4	4	7	0	0	52
Parque	3	0	4	0	0	0	0	1	0	8
Igreja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rua	4	8	0	0	22	13	0	1	0	48
Avenida	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Praça	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fábrica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Loja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Instituição de Caridade	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3
Quartel	11	0	0	0	0	0	0	0	0	11
Cais do Porto	4	0	2	0	0	0	0	0	0	6
Mar	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Baía	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Salão Luxuoso (Sem determinação de origem)	1	4	5	1	0	6	0	0	0	18
Cidade (Geral)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Navio	0	0	1	0	0	0	3	0	0	4
Estaleiro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Calçadão	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Feira de Amostra	1	0	13	0	0	0	0	0	0	14
Teatro	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Hospital	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2
Escola	0	0	0	7	0	11	0	0	0	18
Prédio Público	0	0	1	5	1	4	0	1	0	12
Céu	0	0	0	0	0	3	0	0	0	3

6.2 PAISAGEM DOMÉSTICA

	06.06.1908	02.01.1915	30.12.1922	02.01.1932	20.02.1932	01.01.1938	24.01.1942	27.01.1945	08.07.1950	TOTAL
Sala	0	0	0	1	0	0	4	1	0	6
Quarto	0	0	0	0	0	2	1	0	0	3
Cozinha	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Banheiro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Copa	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Varanda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entrada / Jardim	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3
Quintal	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

6.3 - PAISAGEM RURAL

Fazenda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Campo	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3
Queda D'Água	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sítio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Selva	0	0	0	0	0	0	0	0	25	25

6.4 - FUNDO ARTIFICIAL

Estúdio: Só Rosto	1	1	1	4	0	6	1	0	0	14
Estúdio: Inteiro	0	0	0	0	0	10	3	4	0	17

7 - TEMPO

7.1 - Dia	25	47	36	24	28	56	29	14	39	298
-----------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

7.2 - Noite	1	4	6	6	10	5	3	2	0	37
-------------	---	---	---	---	----	---	---	---	---	----

CARETA

1 - TAMANHO DA FOTO

1.1 - Pequena

1.2 - Média

1.3 - Grande

06.06.1908	02.01.1915	30.12.1922	02.01.1932	20.02.1932	01.01.1938	24.01.1942	27.01.1945	06.07.1950	TOTAL
8	26	5	0	7	51	16	10	13	136
11	11	13	4	15	9	13	6	17	99
7	14	24	26	16	1	3	0	9	100

2 - FORMATO E SUPORTE

2.1 - Oval e Redonda

2.2 - Retangular / Quadrada

2.3 - Reportagem Fotográfica com Título, Texto

2.4 - Reportagem Fotográfica com Título e Legenda

2.5 - Foto Avulsa com Título e Legenda

2.6 - Foto Avulsa com Título

2.7 - Reportagem em Dupla: Reportagem e Fotografia

3	4	3	0	0	0	0	0	0	10
23	47	39	30	38	61	32	16	39	325
4	0	2	0	0	12	17	14	39	88
14	35	22	7	21	38	11	0	0	148
5	15	18	23	17	11	4	2	0	95
3	1	0	0	0	0	0	0	0	4
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3 - TIPO DA FOTO

3.1 - Instantâneo: Simples Movimento

3.2 - Posada

22	33	5	6	2	14	6	0	11	108
4	18	37	24	36	47	26	16	19	227

4 - SENTIDO DA FOTO

4.1 - Vertical

4.2 - Horizontal

15	14	11	4	1	22	17	7	24	112
11	37	31	26	37	39	18	9	15	223

5 - DIREÇÃO DA FOTO

5.1 - Esquerda

5.2 - Direita

5.3 - Centro

5.4 - De B/C

5.5 - De C/B

8	12	11	6	5	11	11	3	13	80
4	15	6	6	6	11	5	3	9	65
14	24	25	18	27	39	16	10	17	190
0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
1	0	1	0	0	0	0	0	1	3

CARETA**6 - DISTRIBUIÇÃO DOS PLANOS**

Homem

Mulher

Criança

Casal

Grupo Misto / Algumas
Pessoas

Multidão

Paisagem

Objeto

Animal

	06.06.1908	02.01.1915	30.12.1922	02.01.1932	20.02.1932	01.01.1938	24.01.1942	27.01.1945	06.07.1950	TOTAL
	1º 2º pu 3º									
Homem	7 2 1	6 1 1	5 2 1	5	1 2	1 2	7 3 2 1	0 1 1	29 4 3	61 13 9 3
Mulher	3	6	7 1	0 3	4 2	2 2 7	10 1 2	3 1 2		36 4 17
Criança		7	4 1 9	4		12 1 3				27 2 12
Casal	1	4				9	2	3		19
Grupo Misto / Algumas Pessoas	6 3	16 3	2 3	5 4 1 1	18 2	13 1	4 2	5 1	2 1	71 16 5
Multidão	1 2	3 2	2 2	2 2	1 1	1 2				10 11
Paisagem	6 17 8	6 37 2 3	8 17 4	6 14 8	3 25 3	6 27 5	2 15 4	0 7	1 30 2 2	38 139 7 34
Objeto	5 2	7 1 1	3 5 1 1	2 5	12 7	10 7 2	3 14	2 2	6 1 4 1	50 34 4 2
Animal		2					2		1	5

7 - PLANO CENTRAL

Homem em PC

Mulher em PC

Criança em PC

Casal em PC

Criança e Adulto em PC

Objeto e Pessoa em PC

Objeto em PC

Paisagem em PC

Multidão em PC

Grupo Misto / Algumas
Pessoas em PC

Homem e Animal em PC

Animal em PC

Homem em PC	10	4	4	5	1	2	8	2	27	63
Mulher em PC	3	4	7	5	3	8	9	4	0	43
Criança em PC	0	6	13	2	0	8	0	0	0	29
Casal em PC	1	3	0	0	0	9	2	3	0	18
Criança e Adulto em PC	2	2	1	0	0	2	0	0	0	5
Objeto e Pessoa em PC	2	2	1	1	4	9	1	5	0	27
Objeto em PC	4	5	4	1	9	5	3	0	1	32
Paisagem em PC	0	6	6	3	2	5	0	0	3	25
Multidão em PC	0	2	1	6	1	1	0	0	0	11
Grupo Misto / Algumas Pessoas em PC	6	15	5	7	18	12	6	6	3	78
Homem e Animal em PC	0	2	0	0	0	0	1	0	0	3
Animal em PC	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1

8 - ARRANJO E EQUILÍBRIO

10 - IMPRESSÃO VISUAL	06.06.1908	02.01.1915	30.12.1922	02.01.1932	20.02.1932	01.01.1938	24.12.1942	27.01.1945	08.07.1950	TOTAL
Linhas Definidas	26	50	42	30	38	60	32	16	13	307
Linhas Bem Definidas	0	1	0	0	0	1	0	0	26	28
Linhas Pouco Definidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

11 - ILUMINAÇÃO

Com Sombras	4	8	5	3	5	4	1	2	1	33
Sem Sombras	22	43	37	27	33	57	31	14	38	302
Com Contraste	26	51	42	30	38	61	32	16	39	335
Sem Contraste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

12 - PRODUTOR: PROF.

Com Crédito	6	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Sem Crédito	20	51	42	30	38	61	32	16	39	329

O CRUZEIRO

1 - LOCAL RETRATADO

1.1 - Rio:

Zona Sul: Copacabana (Ipanema / Leblon / Leme)

Zona Sul: Flamengo (Beira-Mar)

Zona Sul: Urca

Zona Sul: Botafogo

Zona Sul: Baía de Guanabara

Zona Sul: Paineiras / Laranjeiras

Zona Sul: Praia Vermelha

Zona Sul: Gávea

Zona Sul: Sem Determinação

Zona Norte: Tijuca / Alto

Zona Norte: Vila Isabel

Centro da Cidade

Subúrbios

Cidades do Estado do Rio

	10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
1.1 - Rio:	0	0	0	0	35	35
Zona Sul: Copacabana (Ipanema / Leblon / Leme)	11	3	0	21	35	70
Zona Sul: Flamengo (Beira-Mar)	3	0	1	0	0	4
Zona Sul: Urca	0	0	0	0	18	18
Zona Sul: Botafogo	1	0	0	0	0	1
Zona Sul: Baía de Guanabara	0	0	0	0	4	4
Zona Sul: Paineiras / Laranjeiras	4	0	0	0	0	4
Zona Sul: Praia Vermelha	5	0	0	0	0	5
Zona Sul: Gávea	3	13	12	0	0	28
Zona Sul: Sem Determinação	0	7	9	0	0	16
Zona Norte: Tijuca / Alto	0	0	0	3	0	3
Zona Norte: Vila Isabel	0	2	0	3	0	5
Centro da Cidade	14	5	6	9	61	95
Subúrbios	0	0	0	10	13	23
Cidades do Estado do Rio	12	0	0	16	28	56

1.2 - FORA DO RIO NO BRASIL

Região Sul

Região Sudeste

Região Centro-Oeste

Região Nordeste

Região Norte

Região Sul	2	0	0	0	0	2
Região Sudeste	0	3	13	33	0	49
Região Centro-Oeste	0	0	0	0	0	0
Região Nordeste	0	0	0	0	0	0
Região Norte	0	0	0	0	0	0

1.3 - FORA DO BRASIL

Europa Ocidental

USA: Vários

USA: Hollywood

América Latina

Oriente

Leste Europeu

Europa Ocidental	14	29	9	36	0	88
USA: Vários	0	4	3	26	5	38
USA: Hollywood	15	6	29	5	9	64
América Latina	0	0	0	0	0	0
Oriente	0	0	0	1	0	1
Leste Europeu	2	1	0	1	0	4

2 - TEMA RETRATADO

2.1 - Eventos Sociais	8	3	4	0	16	31
2.2 - Eventos Militares	0	0	12	16	0	28
2.3 - Eventos Políticos	9	0	3	10	0	22
2.4 - Instantâneos Cotidianos (Flanerie)	3	0	0	0	0	3
2.5 - Eventos Esportivos	7	13	6	0	0	26
2.6 - Eventos Culturais	6	5	2	17	0	30
2.7 - Cinema: Cenas de Filmes	0	13	0	2	0	15
2.7 - Cinema: Vida de Artistas	11	2	19	0	6	38
2.7 - Cinema: Curiosidades	0	2	6	0	0	8
2.8 - Vida de Gente Famosa	1	3	0	21	0	25
2.9 - Paisagem	2	5	0	0	0	7
2.10 - Carnaval	0	0	0	105	75	180
2.11 - Reportagem Científica	0	0	0	0	0	0
2.12 - Reportagem Social: Condições de Vida	0	0	7	10	6	23
2.13 - Reportagem Internacional: Variadas: Moda	11	1	8	19	0	39
2.13 - Reportagem Internacional: Curiosidades	6	17	5	27	0	55
2.14 - Temática Exclusiva: Moda	0	16	6	0	0	22
2.14 - Temática Exclusiva: Curiosidade	22	7	0	19	0	48
2.14 - Temática Exclusiva: Banhos de Mar	0	0	0	0	0	0
2.14 - Temática Exclusiva: Vida Cotidiana	0	0	10	21	0	31

10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
8	3	4	0	16	31
0	0	12	16	0	28
9	0	3	10	0	22
3	0	0	0	0	3
7	13	6	0	0	26
6	5	2	17	0	30
0	13	0	2	0	15
11	2	19	0	6	38
0	2	6	0	0	8
1	3	0	21	0	25
2	5	0	0	0	7
0	0	0	105	75	180
0	0	0	0	0	0
0	0	7	10	6	23
11	1	8	19	0	39
6	17	5	27	0	55
0	16	6	0	0	22
22	7	0	19	0	48
0	0	0	0	0	0
0	0	10	21	0	31

3 - PESSOAS RETRATADAS

3.1 - Homem (I)	13	7	4	36	16	76
3.2 - Mulher (I)	28	12	16	31	17	104
3.3 - Criança (I)	0	0	2	20	11	33
3.4 - Adulto / Criança: Mulher	1	1	4	2	1	9
3.4 - Adulto / Criança: Homem	0	2	0	1	3	6
3.5 - Várias Pessoas com Crianças	0	0	1	0	1	2
3.6 - Várias Pessoas	14	3	17	4	32	70
3.7 - Pequeno Grupo Misto: mais de 3 até 10	1	9	5	18	13	46

13	7	4	36	16	76
28	12	16	31	17	104
0	0	2	20	11	33
1	1	4	2	1	9
0	2	0	1	3	6
0	0	1	0	1	2
14	3	17	4	32	70
1	9	5	18	13	46

3.8 - Multidão
3.9 - Grupo Masculino (+ de 2)
3.10 - Grupo Feminino (+ de 2)
3.11 - Grupo Infantil (+ de 2)
3.12 - Casal
3.13 - Casal Infantil

	0	0	0	1	2	3
	14	11	6	18	8	57
	10	10	5	0	16	41
	0	0	3	5	20	28
	1	5	13	9	52	80
	0	0	0	0	0	0

4 - TIPOS DE OBJETOS RETRATADOS

- 4.1 - Objetos Pessoais
- 4.2 - Objetos Interiores
- 4.3 - Objetos Exteriores

	10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
4.1 - Objetos Pessoais	54	39	42	72	153	360
4.2 - Objetos Interiores	18	26	37	43	26	150
4.3 - Objetos Exteriores	29	35	27	68	61	220

5 - ATRIBUTO DAS PESSOAS**5.1 - PESSOAS RETRATADAS**

- Traje a Rigor
- Traje Passeio Completo
- Traje Esporte Fino
- Traje Esportivo
- Roupas Simples
- Fantasia
- Uniforme
- Traje de Banho

Traje a Rigor	13	1	2	8	24	48
Traje Passeio Completo	12	8	29	22	1	72
Traje Esporte Fino	13	15	21	38	10	97
Traje Esportivo	5	7	4	21	30	67
Roupas Simples	4	6	6	34	11	61
Fantasia	7	11	1	1	119	139
Uniforme	24	9	13	18	7	71
Traje de Banho	2	6	3	8	0	19

5.2 - GESTO

- Trabalhando
- Conversando
- Caminhando
- Atuando
- Jogando
- Remando
- Galopando
- Assistindo
- Discursando
- Brincando
- Em Forma
- Divertindo-se
- Dançando
- Posando para Foto

Trabalhando	8	1	5	21	2	37
Conversando	1	8	5	14	17	45
Caminhando	4	6	5	8	9	32
Atuando	0	13	18	8	1	40
Jogando	4	0	0	0	0	4
Remando	0	0	0	0	0	0
Galopando	1	1	0	0	0	2
Assistindo	6	4	5	3	9	27
Discursando	1	0	5	2	0	7
Brincando	0	0	1	1	6	8
Em Forma	2	0	1	0	0	3
Divertindo-se	4	2	0	4	31	41
Dançando	6	2	1	1	61	71
Posando para Foto	46	17	35	79	44	221

Beijando-se / Abraçando-se

0	6	0	1	17	24
---	---	---	---	----	----

6 - ATRIBUTOS DA PAISAGEM**6.1 - PAISAGEM URBANA**

Clube
Estádio
Hotel
Praia
Parque
Igreja
Rua
Avenida
Praça
Fábrica
Loja
Instituição de Caridade
Quartel
Cais do Porto
Mar
Baía
Salão Luxuoso (Sem Determinação de Origem)
Cidade (Geral)
Navio
Estaleiro
Calçadão
Feira de Amostra
Teatro
Hospital
Escola
Prédio Público
Céu
Aeroporto

	10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
Clube	9	13	15	0	69	106
Estádio	5	0	0	0	0	5
Hotel	9	0	2	3	40	54
Praia	1	3	2	8	0	14
Parque	0	0	0	0	0	0
Igreja	0	0	0	3	0	3
Rua	3	10	3	11	70	97
Avenida	0	0	0	0	0	0
Praça	5	0	0	0	5	10
Fábrica	0	0	0	18	0	18
Loja	0	0	0	2	0	2
Instituição de Caridade	0	0	6	0	0	6
Quartel	0	0	0	0	0	0
Cais do Porto	0	0	0	0	0	0
Mar	0	0	3	0	2	5
Baía	1	0	0	0	1	2
Salão Luxuoso (Sem Determinação de Origem)	3	0	2	0	0	5
Cidade (Geral)	1	6	0	6	0	13
Navio	0	0	1	0	1	2
Estaleiro	0	0	3	0	0	3
Calçadão	0	0	0	1	0	1
Feira de Amostra	0	0	0	0	0	0
Teatro	0	0	1	0	10	11
Hospital	0	0	0	0	0	0
Escola	0	3	0	16	0	19
Prédio Público	0	0	0	0	0	0
Céu	0	0	0	1	0	1
Aeroporto	0	2	0	0	0	2

Cabelereiro
Cinema
Escritório
Rádio (Estúdio)
Museu
Estúdio de Cinema

0	0	1	0	0	1
0	0	1	1	0	2
0	0	1	0	0	1
0	0	0	17	0	17
0	0	0	3	0	3
0	0	0	2	0	2

6.2 - PAISAGEM DOMÉSTICA	10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
Sala	0	0	16	16	2	34
Quarto	0	1	2	2	2	7
Cozinha	2	0	0	0	2	4
Banheiro	1	0	0	0	0	1
Copa	0	0	1	1	0	2
Varanda	1	0	0	0	0	1
Entrada / Jardim	1	7	0	2	1	11
Quintal	1	0	0	2	0	13

6.3 - PAISAGEM RURAL

Fazenda	0	0	0	0	0	0
Campo	3	4	2	5	0	14
Queda D'Água	3	0	0	0	0	3
Sítio	5	3	0	0	0	8
Selva	0	0	0	0	0	0

6.4 - FUNDO ARTIFICIAL

32	22	20	41	3	118
----	----	----	----	---	-----

7 - TEMPO

7.1 - Dia	66	58	75	149	87	435
7.2 - Noite	20	16	8	12	121	177

1 - TAMANHO DA FOTO

- 1.1 - Pequena
- 1.2 - Média
- 1.3 - Grande

10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
48	55	128	91	134	356
34	18	133	37	40	162
4	1	21	34	34	49

2 - FORMATO E SUPORTE

- 2.1 - Oval e Redonda
- 2.2 - Retangular / Quadrada
- 2.3 - Reportagem Fotográfica com Título, Texto
- 2.4 - Reportagem Fotográfica com Título e Legenda
- 2.5 - Foto Avulsa com Título e Legenda
- 2.6 - Foto Avulsa com Título
- 2.7 - Reportagem em Dupla: Reportagem e Fotografia

5	10	0	0	0	15
81	64	82	162	208	597
14	31	34	153	207	439
46	30	34	5	0	115
23	13	10	2	1	49
3	0	4	2	0	9
0	0	6	95	126	221

3 - TIPO DA FOTO

- 3.1 - Instantâneo: Simples
- 3.1 - Instantâneo: Movimento
- 3.2 - Posada

10	24	24	52	130	240
4	1	3	0	0	8
72	49	55	110	78	364

4 - SENTIDO DA FOTO

- 4.1 - Vertical
- 4.2 - Horizontal

48	40	41	142	195	166
38	34	41	20	13	146

5 - DIREÇÃO DA FOTO

- 5.1 - Esquerda
- 5.2 - Direita
- 5.3 - Centro
- 5.4 - De B/C
- 5.5 - De C/B

10	12	11	28	70	131
11	7	57	29	33	137
65	55	14	105	105	344
0	0	0	27	18	45
4	1	1	6	5	17

6 - DISTRIBUIÇÃO DOS PLANOS

Homem
 Mulher
 Criança
 Casal
 Grupo Misto / Algumas Pessoas
 Multidão
 Paisagem
 Objeto

10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
1º 2º 3º pu					
12 5 - 9	8 2 - 10	9 2 - 5	25 7 - 42	18 6 - 10	72 22 - 76
12 5 - 25	12 1 - 12	15 3 - 13	13 8 - 16	19 4 - 20	71 18 - 86
1	2	2 1 - 6	13 - - 3	19 2 - 11	27 2 - 20
1	8	11	10	64	94
17 3 1 1	3 1 - 3	5 10 1 8	10 4 1 7	10 15 - 14	45 33 3 33
1 4 1	1 1		1 2	1 3	4 10 1
1 27 5 2	3 21 3 4	3 16 1	6 38 5 3	5 45 1 2	18 147 15 11
9 5	3 - - 9	8 8 2	25 8 1 9	8 10 - 13	53 36 3 23

7 - PLANO CENTRAL

Homem em PC
 Mulher em PC
 Criança em PC
 Casal em PC
 Criança e Adulto em PC
 Objeto e Pessoa em PC
 Objeto em PC
 Paisagem em PC
 Multidão em PC
 Grupo Misto / Algumas Pessoas em PC
 Homem e Animal em PC
 Animal em PC

15	14	13	42	23	107
34	23	23	49	36	165
0	1	6	6	27	40
1	5	14	9	68	97
1	1	3	1	4	10
3	1	1	9	1	15
5	3	4	20	21	53
6	7	0	8	6	27
0	1	2	1	2	6
16	7	13	16	18	70
4	1	3	0	2	10
1	10	0	0	0	11

8 - ARRANJO E EQUILÍBRIO

Grupo em L/R
 Grupo em S/C
 Grupo Espalhado

8	10	13	10	26	67
9	1	7	8	4	29
3	7	5	3	10	28

9 - FOCO

No Foco

43	34	35	31	13	156
----	----	----	----	----	-----

PC no Foco
Pouco Foco

42	40	47	125	195	449
1	0	0	6	0	7

10 - IMPRESSÃO VISUAL	10.11.1928	07.04.1934	04.12.1943	07.01.1950	11.03.1950	TOTAL
Linhas Definidas	65	64	70	158	202	559
Linhas Bem Definidas	18	10	12	3	0	43
Linhas Pouco Definidas	3	0	0	1	6	10

11 - ILUMINAÇÃO

Com Sombras	8	12	5	15	114	154
Sem Sombras	78	62	77	147	94	458
Com Contraste	80	73	82	162	208	605
Sem Contraste	6	1	0	0	0	7

12 - PRODUTOR: PROF.

Com Crédito	17	0	24	101	126	268
Sem Crédito	69	74	58	61	82	344

CAPÍTULO V

CÓDIGOS, COMPORTAMENTOS E IMAGENS: A EXPERIÊNCIA BURGUESA NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, NA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX.

“A despeito da confiabilidade e do tirocínio de muitas pesquisas e análises realizadas com competência por estudiosos do passado, a cultura burguesa continua a desafiar o historiador a sondá-la mais fundo, a extrair novas interpretações do seu solo inesgotavelmente rico”.

(Peter Gay, *Educação dos Sentidos*)

5.1 – EM BUSCA DE UMA (IN)DEFINIÇÃO

Na introdução do seu estudo sobre a experiência burguesa no século XIX, Peter Gay, fez um inventário de definições contemporâneas do termo burguesia. Na seguinte passagem sintetiza a dificuldade em se elaborar uma definição abrangente e diferenciada:

“(…) perseverante, ordeiro, prudente, (...) o burguês era antes de mais nada, um chato. Era ou aspirava ser alguém que vivia de rendas (...). E de fato não havia um burguês típico: o empresário inescrupuloso e o engenheiro criativo lhe serviam de modelo tanto quanto o quitandeiro pacato e o burocrata pedante (...). O que os burgueses tinham em comum era a qualidade negativa de não serem nem aristocratas nem operários e de se sentirem mal em suas próprias peles (...). Aqueles que se propuseram, no século XIX, a caracterizar o burguês – e quase todo o mundo o tentou – sabiam menos do que acreditavam saber”.¹

Peter Gay, percebendo o perigo de se incorrer em “simplificações tentadoras”, afirma: “Minha concepção do que seja burguês surgirá claramente (...) dos personagens que colocarei em cena e dos documentos de que lançarei mão”.² Destaca ainda que: “a rigor não houve experiência burguesa no século XIX e em nenhum outro, houve tão somente experiências de burgueses”.³ No entanto, o sujeito da ação é coletivo, pois “estabelece laços sociais, pertence a culturas parciais que o expõem a conjuntos previsíveis de

¹ Gay, Peter. “A Educação dos Sentidos: a experiência burguesa da Rainha Vitória e Freud”. São Paulo, Cia. das Letras, 1989, p. 33.

² Idem., p. 14.

³ Idem., p. 19.

experiências, os quais constituem famílias suficientemente semelhantes entre si para seduzir o historiador a emitir julgamentos coletivos”.⁴

Seduzido pela mesma possibilidade, Lucien Goldmann destaca que:

“O sujeito transindividual só existe enquanto estrutura coletiva nas consciências individuais, mas também, que os processos que surgem em cada consciência individual (pensamento, afetividade, comportamento, etc.) não podem ser compreendidos senão a partir de uma consciência transindividual e do comportamento do grupo (...) este comportamento do sujeito transindividual, apresenta-se sempre sob a forma de uma estrutura significativa que, não devemos esquecer, nunca nos é dada empiricamente de forma imediata. Uma das tarefas mais importantes consiste em encontrar o conjunto de fatos que constituem uma tal estrutura e em relacionar entre si os vínculos mais importantes que reúnem os seus elementos”.⁵

A composição deste quadro de significados é fundamental, por ser tal estrutura a delimitadora do campo de respostas possíveis, essencial para se conhecer o quadro de representações sociais do grupo. O campo de respostas possíveis, por sua vez, tem a característica fundamental de ser dinâmico, por variar de acordo com as modificações das estruturas e processos existentes.

Portanto, estudar os fenômenos humanos procurando recompor a sua estrutura significativa requer que se considere dois itens, como foi proposto por Goldmann:

“1º - A existência de um sujeito coletivo que atua permanentemente e que, através desta ação, tenta resolver o número considerável de problemas que lhe coloca a vida cotidiana, ou mais exatamente, que esta coloca a cada um dos indivíduos que dela fazem parte”.

2º - A elaboração através deste comportamento, por centenas e milhares de comportamentos individuais, de tentativas, de erros, de correções orientadas no sentido da coerência, de um conjunto de categorias mentais estruturadas que constituem uma unidade com a ajuda das quais o grupo se orienta não só no seu comportamento prático, mas que constituem o fundamento psíquico na base do que podem elaborar a sua obra de grandes gênios da arte e da literatura, os filósofos (...) estas categorias mentais têm na realidade um caráter histórico passageiro e precário (...) estreitamente ligadas ao contexto social e econômico e ao comportamento de um sujeito coletivo que no interior do contexto tenta resolver o conjunto de seus problemas, elas têm um caráter racional relativamente a esta situação dada e somente em relação a ela”.⁶

Inserindo-se na mesma linha de análise acima exposta, o presente trabalho procurou aprofundar o estudo sobre o comportamento burguês do século XX, na cidade do Rio de Janeiro, à luz da perspectiva histórico-semiótica, tal como ficou exposto na sua introdução.

⁴ Idem., p. 22.

⁵ Goldmann, L. “Ciências Humanas e Filosofia: O que é Sociologia?”, São Paulo, Difel, 1980, p. 77,

⁶ Goldmann, L. “Epistemologia e Ciência Política”, Lisboa, Ed. Presença, 1978, pp. 53 e 106.

Tanto Peter Gay como Lucien Goldmann valorizaram o contexto sócio-cultural para a elaboração de conceitos analíticos. O primeiro autor, como já foi exposto, rejeita qualquer definição *a priori* que não seja historicamente elaborado. Já o segundo, reforça a ligação da produção de categorias mentais com o contexto social, sendo necessariamente elaboradas a partir de realidade históricas dinâmicas.⁷

Da mesma forma, neste trabalho não se preocupou definir *a priori* uma burguesia carioca, optando-se por realizar, no primeiro capítulo, a composição do panorama geral de comportamento da classe dominante, ao longo dos primeiros cinquenta anos deste século. Período em que tal grupo se constitui como classe social, à medida que gerava um quadro de significações, através do qual poderia ser reconhecido por seus pares e identificado por outros grupos que o antagonizavam na dinâmica social.⁸

Anteriormente, no terceiro e quarto capítulos, em torno da codificação da noção de espaço, foram recuperadas programações sociais de comportamento que fizeram surgir um universo de signos repletos de referências burguesas.

Com efeito, um sistema de signos que caracterizasse um comportamento do tipo burguês já poderia ser encontrado, em alguns setores da classe dominante, desde o início do século. Entretanto, ao longo do período estudado observou-se tanto o aprimoramento da coleção de objetos, lugares e vivências etc., quanto uma ampliação para o conjunto da classe dominante, do consumo de tais signos, caracterizando, assim, um padrão comportamental que conferiu o estatuto de burguesia à classe dominante carioca.

Tal padrão de comportamento era formado por determinadas atitudes diante do mundo e das coisas, dentre as quais destacam-se: o culto à boa aparência, a riqueza associada ao poder, o conforto relacionado ao luxo – expresso, principalmente, no consumo exagerado de objetos –, a valorização de uma educação formal e tradicional e a hierarquização do espaço concedendo dignidade a determinados lugares que, a partir de então, forneciam para quem pudesse freqüentá-los o estatuto de riqueza e exclusividade.

Desta forma, a idéia de pertencer à classe dominante está intimamente ligada, tanto à possibilidade de se freqüentar lugares exclusivos, eleitos pelo grupo como signos de riqueza e poder econômico, quanto ao consumo de um repertório de objetos que também

⁷ Thompson, E. P. “Tradición, Revuelta y Consciencia de Clase”, Barcelona, Ed. Crítica, 1979, p. 35.

⁸ Gay, Peter, op. Cit., p. 27.

evidenciassem uma condição social elevada. Neste sentido, a classe dominante que vivia na cidade do Rio de Janeiro escolheu, da mesma forma que uma outra burguesia já havia feito,⁹ a riqueza material como signo por excelência de um modo de vida.

Denominar tal modo de vida de “burguês”, implica reconhecer um modo de produção que lhe é subjacente e que lhe informa de valores e normas sociais. De fato, a cidade do Rio de Janeiro sofreu, ao longo do período analisado, graves transformações urbanas, sociais e políticas que devem ser compreendidas à luz de sua inserção no circuito internacional do sistema capitalista, como já foi feito, de acordo com a perspectiva adotada por este trabalho, no primeiro capítulo.

5.2 – O PODER DA IMAGEM FOTOGRÁFICA

A fotografia, nesta pesquisa, foi considerada como um produto cultura, fruto do trabalho social de produção de signos, assim sendo, contribuiu, de maneira decisiva, para a veiculação de novos comportamentos e representações da classe no poder. Por outro lado, a imagem fotográfica atuou como eficiente meio de controle dos comportamentos e representações da maioria dos grupos que a antagonizavam na dinâmica social, devido principalmente a sua pretensa objetividade.

Todo o processo de desenvolvimento tecnológico ocorrido a partir da segunda metade do século XIX, com descobertas científicas – relacionadas, entre outras coisas, à produção de energia – e aprimoramento de outras, como foi o caso da própria fotografia – viabilizou a criação da idéia de um “admirável mundo novo” repleto de certezas e possibilidades.¹⁰

Este mundo moderno, criado no bojo de uma segunda revolução industrial, é um mundo que se pretende anônimo. A simulação caracteriza a experiência contemporânea, justificando-se assim, o prestígio concedido à imagem, pois através dela se substitui a experiência por sua representação. Suzan Sontag caracteriza a modernidade, experimentada pelo século XX, sob este ponto de vista:

⁹ Centro de Memória da Eletricidade no Brasil. “Energia Elétrica e Urbanização”, Rio de Janeiro, Centro de Memória de Eletricidade no Brasil, Mimeografado, Capítulo I.

¹⁰ Hobsbawm, Eric. “A Era do Capital”, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979, Capítulo 12.

“Uma sociedade tornar-se moderna quando uma de suas principais atividades passa a ser a produção de imagens; quando as imagens, que possuem poderes extraordinários para determinar as nossas exigências com despeito à realidade são elas mesmas substitutas cobiçadas da experiência autêntica, tornam-se indispensáveis à boa saúde da economia, a estabilidade política e a busca da felicidade individual”.¹¹

É interessante notar que o processo de naturalização da imagem e homogeneização das representações se faz, par a par, à instituição da ordem burguesa que, como explica Roland Barthes, é:

“O movimento pelo qual a burguesia transforma a realidade do mundo em imagem do mundo, a História em Natureza. E esta imagem tem de notável o fato de ser uma imagem invertida. O estatuto de burguesia é particular, histórico e o homem que ela representa será universal e eterno; a classe burguesa edificou o seu poder sobre progressos técnicos, científicos e sobre uma transformação sem limites da natureza”.¹²

Desta forma, tanto para o controle das relações sociais, como para a ampliação do universo de consumo as imagens, no período estudado, principalmente as fotográficas, são fundamentais, pois trazem embutidas na sua composição programas sociais de comportamento formulados por quem controla os meios técnicos de produção da imagem, reforçando com isso o controle das representações alternativas e garantindo a própria reprodução do sistema.

Já foi amplamente demonstrado, no Capítulo II, a relação entre o controle dos meios técnicos de produção da imagem e a possibilidade de se criar um padrão de representação, utilizando-se determinados sistemas de signos e não outros. Assim, o mundo em frente às lentes é revivido ao ser selecionado, enquadrado e transformado em um só plano, por aquele que está por trás das lentes. Este último, como já foi comentado, não é um sujeito individual, mas um sujeito coletivo que produz representações sociais. Tal produtor de discursos fotográficos pertence, ou está atrelado por laços de dependência, a uma determinada classe social, cujas representações e códigos comportamentais são pertinentes ao papel que ela desempenha no conjunto da sociedade.

Com efeito, a classe dominante controla os meios técnicos de produção cultural tanto ao nível de propriedade dos equipamentos, máquinas, meios de locomoção, quanto ao nível da concepção e divulgação de valores culturais. Portanto, através da mensagem fotográfica, foi traçado o perfil do universo de representações e os principais códigos

¹¹ Sontag, Susan. “Ensaio sobre Fotografia”, Rio de Janeiro, Ed. Arbor, 1980, p. 147.

¹² Barthes, Roland. “Migologias”, Lisboa, Edições 70, s.d., p. 208.

comportamentais da classe dominante, na cidade do Rio de Janeiro, que se constitui nas primeiras décadas deste século e se institui ao longo dos anos posteriores.

Em tal universo de representação estão contidas imagens que permitiram a esta classe adquirir consciência de dominação, como aquelas que lhe possibilitaram exercer a sua hegemonia sobre os outros grupos, principalmente em relação às classes populares, na constituição da sociedade burguesa carioca; à medida que tais imagens interferiram na produção de representações próprias dos grupos dominados, ou então relegarem suas manifestações culturais ao plano do pitoresco. Neste sentido, o discurso fotográfico, como expressão da classe dominante, reforça a ilusão da “liberdade burguesa” ao reafirmar, principalmente através da abundância e variedade das imagens, o caráter simulacro das relações burguesa-capitalistas, nas quais o real é substituído por sua representação, o trabalho torna-se mercadoria e as relações de classe são descaracterizadas nas representações de massa.

Da mesma forma que outras mensagens, a fotografia possui várias agências produtoras, neste trabalho optou-se por trabalhar com exemplos procedentes de duas destas: as fotografias de uma coleção familiar e de duas revistas ilustradas. Sendo que cada um destes grupos de fotografias atua num determinado âmbito do imaginário social que, por vezes, se interagem, mas que, via de regra, possuem uma certa autonomia.

Através das fotografias das revistas ilustradas, a imprensa conquistou o seu objetivo primordial, o de “se colocar como mediador entre a realidade e o leitor, procurando apagar a sua intervenção para valorizar a informação que transmite (...) o esforço de ocultar produziu o mito da verdade fotográfica”.¹³ Reafirma-se aí um dos pressupostos da ideologia burguesa: a transformação da História em Natureza.¹⁴

Por outro lado, a família, como agência produtora de imagens, forneceu consciência e coesão à classe dominante. Especialmente no período trabalhado as fotografias de família – incluindo-se os instantâneos urbanos, os passeios ao ar livre, as festas, etc. –, compõem o quadro onde é possível identificar o que, no universo cultural da época, foi valorizado e evidenciado como pertencendo a classe que o produziu.

¹³ Medeiros, H. P. “A Imagem Fotográfica e suas Construções”, Rio de Janeiro, Dissertação de Mestrado, UFRJ, ECO, 1984, p. 14.

¹⁴ Barthes, R. op. Cit., p. 209.

Não obstante, como chama atenção Jacques Le Goff,¹⁵ as fotografias familiares preservam a memória do tempo e da evolução cronológica, podendo ser consideradas como um recurso diante da realidade irremediável da morte. A fotografia materializa uma imagem que se foi, preserva um olhar, um sorriso, um jeito de ser, um amor, uma lembrança, um passado, enfim, toda uma história vivida de fato.

Do ponto de vista ideológico, ambas as agências formulam um catálogo de imagens, para uso coletivo, através do qual a burguesia consagra a indiferenciação ilusória das classes sociais.¹⁶ Tais imagens cumprem sua tarefa, invadem o espaço da cidade, acostumam a população à fotografia e seduzem-na com sua mensagem.

Compreendida a produção da imagem sob este aspecto, a utilização do conceito de hegemonia, elaborado por Antonio Gramsci, torna-se extremamente pertinente, tendo em vista a sua abrangência e adequação à perspectiva metodológica adotada neste trabalho, tal como fica exposto na seguinte passagem:

“A novidade gramsciana consiste em considerar que o conceito de hegemonia inclui o de Cultura como processo global que constitui a ‘visão do mundo’ de uma sociedade e de uma época, e o conceito de Ideologia como sistema de representações, normas e valores da classe dominante que ocultam a sua particularidade numa universalidade abstrata. Todavia, o conceito de hegemonia ultrapassa aqueles dois conceitos: ultrapassa o de Cultura porque indaga sobre as relações de poder e alcança a origem do fenômeno de obediência e subordinação; ultrapassa o conceito de Ideologia porque envolve todo o processo social vivo percebendo-o como práxis, isto é, as representações, as normas e os valores são práticas sociais dominantes e determinadas (...). A hegemonia não é um ‘sistema’: é um complexo de experiências, relações e atividades cujos limites são fixados e interiorizados, mas que por ser mais do que ideologia tem a capacidade para controlar as mudanças sociais, (...) é uma práxis, um processo, pois se altera todas as vezes que as condições históricas se transformam, alteração indispensável para que a dominação seja mantida. (...) A hegemonia não é apenas um conjunto de representações, nem doutrinação e manipulação. É um corpo de práticas e expectativas sobre o todo social existente e sobre o todo da existência social: constitui e é constituída pela sociedade sob a forma de subordinação interiorizada e imperceptível”.¹⁷

O processo de incorporação da hegemonia é feito através da socialização das práticas típicas do grupo hegemônico para o conjunto da sociedade. Tal socialização se faz, no mais das vezes, pela reificação do passado através da memória e da tradição, ou então, pelo reconhecimento resignado de certas práticas como inevitáveis e necessárias. A introdução de experiências e sabedoria, como bens comuns à coletividade, faz com que

¹⁵ Le Goff, Jacques (Org.), “Enciclopédia Einaudi”, Volume I, Lisboa, Casa da Moeda, p. 39.

¹⁶ Barthes, R. op. Cit., p. 208.

¹⁷ Chauí, Marilena. “Conformismo e Resistência”, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1987, p. 21.

cada geração seja aprendiz de suas maiores e cada classe social subordinada àquela que controla o saber.¹⁸

Tanto pela responsabilidade em transmitir uma determinada tradição, como pelo controle do saber – no caso, a própria produção da imagem – a mensagem fotográfica, no período estudado, atuou como importante veículo de transmissão da hegemonia burguesa que se formulava na cidade do Rio de Janeiro. Cabe, portanto, avaliar, mais de perto, os quadros de representações de ambas as agências produtoras da mensagem fotográfica: a família e as revistas ilustradas, apontando seus pontos de comunicação e independência na construção de tal hegemonia.

5.3 – SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS

Ambas as agências produtoras da imagem fotográficas, acima referidas, pertencem ao universo da classe dominante, no entanto, possuem naturezas diversas que devem ser ressaltadas.

Sem dúvida, ficou claro no próprio desenvolvimento da análise de ambas, tal diversidade, ditada em primeiro lugar pelo âmbito de circulação mais restrito, as fotos de revista ampliavam o seu mercado consumidor para todos aqueles que tivessem acesso à revista, comprando-a, tomando-a de empréstimo, ou até mesmo encontrando-a no lixo. Sendo assim, muitas vezes o acesso a tais revistas ultrapassava a classe dominante, para qual tais imagens eram produzidas, e atingiam outros grupos sociais estendendo desta forma a possibilidade de dominação através do controle de outros códigos comportamentais.

Em segundo lugar, deve-se assinalar o fato de que a coleção familiar pertence a imigrantes de origem libanesa que, ao longo da primeira metade do século XX, enriqueceram às custas do comércio de café. Uma trajetória de ascensão social que foi detalhadamente trabalhada no Capítulo III.

Desta forma, guardando as devidas diferenças de natureza das coleções, procurou-se compará-las, no que diz respeito ao quadro mais amplo de representações sociais de classe dominante e dos códigos comportamentais formulados, na cidade do Rio de Janeiro, por

¹⁸ Thompson, E. P. Op. Cit., p. 43.

esta camada endinheirada da população que usufruía, além do poder econômico, também do poder político.

Em termos de quadros de representações as principais diferenças entre ambas as agências foram as seguintes:

1. Enquanto na família a representação das vivências está relacionada à experiência e à construção da memória do grupo, nas fotos de revista, as representações de vivências estão relacionadas ao evento, à construção de uma determinada imagem de cidade e à alienação cultural, e através delas são impostos padrões comportamentais alheios a experiência do leitor. Configurando-se aí a função didática das fotografias de imprensa, função essa pouco valorizada nas fotografias familiares.
2. A imagem produzida pela família, justamente por estar mais atrelada à experiência vivida, traz uma marca temporal mais delimitada que as produzidas pelas revistas, embora tal marca não esteja ausente nestas publicações, indicando que ao longo do tempo os comportamentos e representações coletivas mudam. Tal fato pode ser explicado por esta coleção de fotografias revelar um processo de ascensão social bem definido em décadas, podendo estar diluída numa outra coleção familiar.
3. O espaço fotográfico das revistas foi feito exclusivamente por profissionais apresentando uma incidência de erro quase nula, assim compôs imagens nítidas e contrastadas bem próximas da realidade. Já o espaço fotográfico da coleção familiar foi feito tanto por profissionais como por amadores, apontando uma incidência razoável de erro e um certo distanciamento entre imagem e realidade.
4. O espaço geográfico na coleção familiar está associado à trajetória desta família em direção à cidade do Rio de Janeiro, sendo tal espaço caracterizado por oposições que estruturam sua trajetória. Por outro lado, nas revistas ilustradas, o espaço geográfico está centrado no Rio de Janeiro, mas sua representação ultrapassa-a mantendo para com ela uma relação de complementaridade ou de oposição, dependendo do tipo de revista, como pode ser observado no Capítulo IV.
5. Da mesma forma as opções técnicas de revistas como *O Cruzeiro*, valorizam mais o espaço da figuração, ou seja, as pessoas, suas vivências e estilo de vida, em

detrimento do ambiente no qual estão localizadas. Já as opções técnicas de revistas do tipo da *Careta* se assemelham mais as das fotografias familiares, valorizando tanto o indivíduo quanto o ambiente. Cabe lembrar que, nos anos cinquenta, ambas foram influenciadas pelo padrão impresso por *O Cruzeiro*, deslocando a objetiva para a figuração e ressaltando a sua participação na composição da imagem.

Do ponto de vista das diferenças de comportamento tratados por ambas as agências, uma única pode ser apontada e diz respeito justamente ao fato de fotografar. Portanto, enquanto na família o ato de fotografar está vinculado a captação dos momentos vividos, lembranças queridas e a publicação de uma posição social conquistada, nas revistas o ato de fotografar está vinculado a uma representação o mais “natural” possível dos fatos e eventos, para serem prontamente apreendidos e assimilados pelo público leitor. Tal diferença repousa justamente na natureza de ambas as agências, anteriormente apontada.

Por outro lado, foi justamente através da avaliação dos pontos de comunicação entre as duas agências que se reconstruiu o universo de representações da classe dominante carioca, e que se recuperou um conjunto de programações sociais de comportamento que conferem, a este grupo no poder, o estatuto de burguesia. É importante deixar claro a especificidade de um conceito formulado a partir de um contexto e de uma experiência histórica determinados que, em certa medida, concordam com outros contextos e experiências da mesma natureza.

A mensagem fotográfica produzida por ambas as agências revelam um quadro de representações sociais caracterizado pelos seguintes aspectos:

1. As opções técnicas denotam que o ato de fotografar está associado à necessidade de documentar, de captar a realidade tal como se apresenta, desta forma, a busca da verdade contifica a representação, que mesmo assim continua sendo representação.
2. Construção de uma imagem do Rio de Janeiro voltada para a vivência de lugares exclusivos, ligados ao lazer luxuoso, à riqueza e à abundância.
3. Valorização de um tipo de lazer, no qual toda a riqueza produzida pelo trabalho poderia estar exposta e consumida como orçamento necessário desta atividade.

4. Valorização da Zona Sul como representação por excelência do modo de vida burguês.
5. A cidade do Rio de Janeiro é concebida como palco para o desfile de personalidades da classe em ascensão.
6. O ato de posar para uma foto indica a participação de um sistema de codificação que relaciona gestos, indumentária e ambiente.
7. Utilização de objetos como atributos de situações, ambientes e condição social, de acordo com as seguintes associações: Objetos-Pessoais = estilo de vida do indivíduo. Objetos-Interiores = determinação do ambiente (doméstico ou público; simples ou luxuoso, etc.). Objetos-Exteriores = caracterização da paisagem e das situações (cidade/campo; trabalho/lazer, etc).
8. Valorização do plano coletivo associando-o às idéias de estabilidade, união e manutenção.
9. Coesão de classe através da vivência e do consumo de um mesmo universo de signos.
10. Concepção do universo infantil como equivalente ao do adulto.
11. Criação de uma imagem de mulher associada à frivolidade e aos papéis de expectadora e modelo exemplar.
12. Criação de uma imagem masculina relacionada à ação, à inteligência e ao poder de deliberação.
13. Concepção de uma noção de trabalho distante do âmbito produtivo e misturado ao lazer no exercício do poder.
14. Valorização de uma educação formal e acadêmica.
15. Concepção dicotômica da sociedade entre: os “naturalmente” pobres e os “naturalmente” ricos.

Tais representações fornecem a base para as programações sociais de comportamento vigentes no período analisado, envolvendo toda a experiência social da classe dominante, como fica exposto nos seguintes itens:

1. Consumo e ostentação como forma de demonstração de um padrão social relacionado ao luxo e à riqueza.
2. Trabalho voltado para as esferas de decisão e gerenciamento.
3. Valorização de situações de lazer onde se podia ver e ser visto.
4. Escolha do traje sempre adequado à situação.
5. Hábito de tomar banho de mar em Copacabana ostentando objetos-pessoais que distinguíssem quem os tivesse usando do restante dos freqüentadores.
6. Priorização da Zona Sul como local de moradia.
7. Valorização dos espaços de lazer pelo seu caráter de exclusividade na freqüência.
8. Tanto os fotógrafos profissionais como os amadores reciclavam suas opções técnicas acompanhando a mudança de expressão dos novos contextos.
9. Hábito de vestir e associar as crianças à indumentária e aos objetos tipicamente adultos.
10. Hábito de registrar a vida escolar somente nas suas solenidades, tais como: festas de encerramento do ano letivo de colégios renomados e formaturas da Escola Militar, do Instituto de Educação e de diversas universidades.
11. Ação caridosa utilizada como forma de resolver os problemas da pobreza e como espaço político da ação feminina.
12. Realização de atividades sociais, tais como: festas, reuniões, exposições, apresentações artísticas, etc, em lugares exclusivos do tipo dos clubes e hotéis.
13. Utilização do carro como signo de uma condição social elevada.
14. Utilização de empregados para o trabalho braçal, tanto doméstico como externo, nas fábricas e no campo.
15. Comportamento feminino associado à vida em família, ao gerenciamento da casa e ao lazer.
16. Comportamento masculino associado ao trabalho de gerenciamento da riqueza e ao esporte ao ar livre.

Desta forma, foram registradas, por ambas as agências, uma coleção de imagens que corroboram, em grande medida, àquelas produzidas por outras agências e expostas no primeiro capítulo deste trabalho.

São imagens que revelam a evolução social de um grupo que, aos poucos, adquire consciência de classe, tanto pelo papel conquistado no âmbito da produção, quanto pelos quadros de representação social e programações sociais de comportamento elaboradas neste processo. Estes últimos foram estendidos para o conjunto da sociedade como sendo a única representação possível do real e como a forma correta de agir, relegando todos os comportamentos alternativos ao âmbito da marginalidade.

CONCLUSÃO

O FASCÍNIO PELA IMAGEM II.

“O que é fotografia? É um objeto. É algo definido, com uma vantagem. Pode-se pegá-la, olhá-la como o seixo de uma praia, como o fragmento de uma rocha da Lua. Pode-se colocá-la aqui e ali, e quando se olha tudo o mais é excluído. Ela se torna um ícone, um totem, uma raridade. Será a foto um pedaço da realidade? Um fragmento da verdade?”

(Graham Swift, *Fora deste Mundo*)

Verdades fragmentadas, realidades passadas em memória, doces lembranças do passado tudo isso a fotografia pode ser. Entretanto, buscar uma única verdade é o mesmo que crer na ilusão da pura representação. Assim, da mesma forma que a imagem fotográfica representa ela comunica, pois, acima de tudo transmite significados reais e bem verdadeiros.

A eterna luta entre o certo e o errado, a verdade e a mentira, é questão secundária aos fragmentos de memória e pedaços de notícias espalhados por este trabalho, pouco importa tal questão. Porém, o ícone que é a imagem fotográfica não é a própria realidade, pois existe um caminho que se interpõe entre os dois extremos da linha de significação: o caminho do olhar. Daí a possibilidade de representar, escolher e criar.

Ao historiador ficou reservado o direito de poder trabalhar na tradução deste olhar. A escolha, como tantas outras, é arbitrária. Da mesma forma que a representação, a interpretação é uma escolha realizada num conjunto de escolhas possíveis, escolheu-se uma linha de interpretação que buscasse encontrar não a realidade, mas uma entre tantas verdades.

Fotos-imagens, que engendram significados e desvendam maneiras de ser e agir, e não simplesmente de representar. De um lado para o outro e de dentro para fora, o movimento é sempre especial. O espaço estrutura grande parte das linguagens não-verbais: figurativas, gestuais, etc. Vive-se no mundo, vive-se no espaço. E tudo neste mundo possui e transmite significado, e sendo assim, por que não escolher tal dimensão como chave de interpretação?

Nas representações da memória imigrante, a organização espacial aponta para a conquista do espaço da cidade. É justamente na cidade que se usufrui a riqueza, que se educam os filhos e que se encontram os iguais, pares de uma mesma classe. O espaço foi aí analisado em cinco dimensões distintas de representação, que poderiam estar presentes em outro tipo de coleção.

Com efeito, foi a partir de tais dimensões que as fotografias das revistas ilustradas foram analisadas. Nestas imagens as luzes e sombras da cidade compuseram textos muitas vezes diferentes dos escritos, outras auxiliares vezes deste. Nas fotos uma cidade diferente, possível para uns e interdita para outros.

Enfim, o trabalho de decodificação dos quadros de representação mental funciona como aquele jogo infantil no qual se vai tirando uma caixa de dentro da outra, parecendo não ter mais fim. Na análise de materiais significantes visuais, dependendo do eixo de análise que se estruture, diferentes são os significados encontrados, mas sua escolha é fundamental, pois caso contrário, as caixas realmente não teriam fim.

BIBLIOGRAFIA

1 – FONTES PRIMÁRIAS

A) PERIÓDICOS: *Revistas Ilustradas.*

Fon-Fon, Revista Semanal Ilustrada, Rio de Janeiro, Cia. Editora Fon-Fon e Selecta, 1907-1952.

Careta, Semanário Ilustrado, Rio de Janeiro, Editora Kosmos, 1908-1960.

O Cruzeiro, Revista Semanal Ilustrada, Rio de Janeiro, Empresas Gráficas O Cruzeiro, 1928-1980.

Cinearte, Rio de Janeiro, Sociedade Anônima “O Malho”, 1925-1942.

O Malho, Semanário Político Ilustrado, Rio de Janeiro, Sociedade Anônima “O Malho”, 1902-1954.

Para Todos, Semanário Ilustrado Mundano, Rio de Janeiro, Sociedade Anônima “O Malho”, 1931.

Ilustração Brasileira, Mensário Ilustrado de Grande Formato, Rio de Janeiro, Sociedade Anônima “O Malho”, 1901-1941.

Eu Sei Tudo, Magazine Científico, Artístico e Literário, Rio de Janeiro, Cia. Editora Americana, 1917-1958.

Revista da Semana, Revista Semanal Ilustrada, Rio de Janeiro, Cia. Editora Americana, 1900-1959.

Selecta, Revista Semanal, Rio de Janeiro, Cia. Editora Fon-Fon e Selecta, 1915-1930.

Vida Doméstica, Revista Mensal Ilustrada, Rio de Janeiro, 1920-1963.

A Avenida, Revista Semanal Ilustrada, Rio de Janeiro, Tipografia Malafata Jr., 1903-1905.

Rua do Ouvidor, Rio de Janeiro, 1912.

Beira-Mar, Jornal dos Moradores das Praias, Rio de Janeiro, Diretor Proprietário N. N. de Sá, 1921-1946.

Scena Muda, Rio de Janeiro, Cia. Editora Americana, 1921-1950.

Rio Chic, Rio de Janeiro, 1909-1917.

Kosmos, Revista Artística, Científica e Literária. Ed. Kosmos, 1904-1920.

Bairro Ilustrado, Rio de Janeiro, 1935-1936.

Revista da Copacabana, Rio de Janeiro, 1946-1950.

Revistas sobre Fotografias.

Photograma, Rio de Janeiro, Photoclub Brasileiro, 1926-1931.

Revista Kodak, Rio de Janeiro, 1931-1934.

B) ENTREVISTAS

- Sra. Hermínia Borges – Ex-diretora do Photo Clube Brasileiro, Junho 1987.
- Sra. Mariana Jabour Mauad – Dona da coleção de fotografias que compuseram o Capítulo III – 1989/1990.
- Sra. Helena Dale – Antiga moradora do bairro de Copacabana – Fevereiro de 1989.
- Sra. Nicéia Areal – Antiga moradora do bairro de Copacabana – Março de 1988.
- Professor Gilberto Ferrez – Junho de 1990.

C) FONTES ICONOGRÁFICAS

- Coleções Particulares: Coleção de Fotografias de Mariana Jabour Mauad (1900-1950).
- Fotos publicadas em revistas ilustradas.

C.1) O Cruzeiro

- 1928 – Nov. 10
- 1928 – Nov. 17
- 1928 – Dez. 15
- 1935 – Jan. 1
- 1943 – Dez. 6
- 1945 – Fev. 15
- 1950 – Jan. 14
- 1950 – Fev. 25
- 1950 – Mar. 11

C.2) Careta

- 1908 – Jun.6
- 1908 – Set. 26
- 1908 – Dez. 26
- 1915 – Jan. 2
- 1915 – Jul. 17

- 1915 – Out. 9
- 1915 – Dez. 11
- 1922 – Jan. 7
- 1922 – Ago. 12
- 1922 – Dez. 30
- 1932 – Jan. 2
- 1932 – Fev. 20
- 1932 – Dez. 10
- 1938 – Jan. 1
- 1938 – Jun. 25
- 1942 – Jan. 24
- 1942 – Fev. 14
- 1942 – Ago. 26
- 1942 – Dez. 26
- 1945 – Jan. 27
- 1945 – Fev. 24
- 1945 – Jun. 23
- 1950 – Jan. 7
- 1950 – Fev. 25
- 1950 – Jul. 8

2 – OBRAS DE HISTÓRIA DO BRASIL E DO RIO DE JANEIRO

ABREU ESTEVES, Martha de. *Meninas Perdidas: Os Populares e o Cotidiano do Amor no Rio de Janeiro da Belle Époque*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1989.

ABREU, Maurício de. *Evolução Urbana do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1987.

Almanaque 1950, Rio de Janeiro, João Fortes, Ed. Index, 1985.

ARAÚJO, Vicente de Paula. *A Bela Época do Cinema Brasileiro*, São Paulo, Perspectiva, 1976.

BROCA, Brito. *A Vida Literária no Brasil – 1900*, Rio de Janeiro, José Olímpio, 1960.

CANDIDO, Antonio. “Literatura e Cultura de 1900 a 1945”. In: *Literatura e Sociedade*, São Paulo, Ed. Nacional, 1976.

CARDOSO, Elizabeth D. et. Alli. *História dos Bairros, Memória Urbana Copacabana*, Rio de Janeiro, PUC-UFRJ, João Fortes Engenharia, Ed. Index, 1986.

CARVALHO, José Murilo de. *Os Bestializados*, São Paulo, Cia. das Letras, 1987.

CARVALHO, Maria Alice Rezende de. *Cidade e Fábrica. A Construção do Mundo do Trabalho na Sociedade Brasileira*. Tese de Mestrado, UNICAMP, São Paulo, 1983.

- _____. Letras, Sociedade e Política: Imagens do Rio de Janeiro, *Boletim de Informações Bibliografia* (BIB), nº: 20, 1986.
- CASTRO GOMES, Ângela Maria. *Burguesia e Trabalho: Política e Legislação Social no Brasil, 1917-1937*, Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1979.
- CENTRO DE MEMÓRIA DA ELETRICIDADE DO BRASIL. *Energia Elétrica na Urbanização Brasileira*, Rio de Janeiro, Mimeografado, 1990, 400 p.
- CHALHOUB, Sidney. *Trabalho, Lar e Botequim*, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1986.
- COARACY, V. *Memórias da Cidade do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Livraria José Olímpio Editora, 1965.
- COUTINHO, Afrânio (Org.). *A Literatura no Brasil, Rio de Janeiro*, Sul América, 1969, V. 4.
- CRULS, Gastão. *Aparência do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro*, Livraria José Olímpio Editora, Coleção Documentos Brasileiros, 1949, 2V.
- DELGADO DE CARVALHO. *História da Cidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro*, Secretaria Municipal de Cultura, Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, 1988.
- DIAS DA CRUZ, H (Org.). *Almanaque da Cidade do Rio de Janeiro, 1944-45*, Rio de Janeiro, Ano I, Vol. 1.
- EDMUNDO, L. *O Rio de Janeiro do Meu Tempo*, Rio de Janeiro, Ed. Conquista, 1957, 4V.
- ENGEL, Magali. *Meretrizes e Doutores: O Saber Médico e a Prostituição na Cidade do Rio de Janeiro (1845-1890)*. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1988.
- FAUSTO, Boris (Org.). *História Geral da Civilização Brasileira*, Rio de Janeiro, Difel, 1977, Tomo III, Vol. 8, 9 e 10.
- _____. “Estado, Trabalhadores e Burguesia (1920-1945)”. In: *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, nº: 20, Mar. 1988.
- FERREZ, G. *A Mui Leal e Heróica Cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro*, Paris, R. de Castro Maya, 1965.
- _____. *O Rio Antigo do Fotógrafo Marc Ferrez, 1865-1920*, Rio de Janeiro, Ex-Libris.
- HARDMAN, Francisco Foot. *Trem Fantasma: A Modernidade na Selva*, São Paulo, Cia. das Letras, 1988.

- LOBO, Eulália Maria Lahmeyer. *História do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, IBMEC, 1978.
- MACHADO NETO, Antonio L. *Estrutura Social da República das Letras*, São Paulo, Grijalbo/Edusp, 1973.
- MARTINS, J. S. *O Cativo da Terra*, São Paulo, Livraria Ed. Ciências Humanas, 1981.
- _____. *Conde Matarazzo – O Empresário e a Empresa*, São Paulo, Hucitec, 1976.
- MENDONÇA, S. R. *Estado e Economia no Brasil*, Rio de Janeiro, Sabiá, 1971.
- MESQUITA BENEVIDES, Maria Vitória de. *A UDN e o UDENISMO: Ambigüidades do Liberalismo Brasileiro: 1945-1965*, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- MICELLI, Sérgio. *Poder, Sexo e Letras na República Velha*, São Paulo, Perspectiva, 1977.
- _____. *Intelectuais e a Classe Dirigente no Brasil: 1920-1945*, São Paulo/Rio de Janeiro, Difel, 1979.
- Nosso Século*, São Paulo, Abril Cultural, 1979.
- ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural*, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1988.
- PONGETTI, Henrique. *Carregador de Lembranças (Memórias)*, Rio de Janeiro, Livraria José Olímpio Editora, 1971.
- RAMOS, R. *Do Reclame à Comunicação*, São Paulo, Atual, 1985.
- Revista do Rio de Janeiro*, Niterói, UFF, Edição Eduff, 4 Vols.
- ROCHA, O. Porto. *A Era das Demolições – Cidade do Rio de Janeiro: 1870-1920*, Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Cultura, Departamento Geral de Doc. e Inf. Cultural, 1986 (Biblioteca Carioca, Vol. 1).
- ROSSO DEL BRENNNA, G. *Rio de Janeiro de Pereira Passos. Uma Cidade em Questão II*, Rio de Janeiro, Index, 1985.
- SCHWARTZ, J. *Vanguarda e Cosmopolitismo*, São Paulo, Perspectiva, 1983.
- SEVCENKO, N. *Literatura como Missão*, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1983.
- SOIHET, Rachel. *Condição Feminina e Formas de Vivência: Mulheres Pobres e Ordem Urbana (1890-1920)*, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1988.

SOUZA, Gilda de Melo. *O Espírito das Roupas: A Moda no Século XIX*, São Paulo, Cia. das Letras, 1987.

SUSSEKIND, F. *Cinematógrafo das Letras*, São Paulo, Cia. das Letras, 1987.

_____. *As Revistas do Ano e a Invenção do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira/Fundação Rui Barbosa, 1985.

3 – OBRAS TEÓRICAS: CULTURA, SEMIÓTICA, CLASSES SOCIAIS E IDEOLOGIA

ARANTES, A. A. *O que é Cultura Popular*, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1987, 12ª Edição.

BACKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia de Linguagem*, São Paulo, Hucitec, 1986.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*, Porto, Coleção Persona, Ed. 70, 1977.

BARTHES, R. *Mitologias*, Lisboa, Ed. 70, Coleção Signos, s./d.

_____. *Image, Music, Text*, London, Fontana Paperbacks, 1984.

_____. *Elementos de Semiologia*, Lisboa, Ed. 70, Coleção Signos, s/d.

BAUDRILLARD, J. *Para uma Economia Política do Signo*, Lisboa, Ed. 70, 1972.

_____. *Sistema de Objetos*, São Paulo, Ed. Perspectiva, 1973.

BERGER, J. *Modos de Ver*, Lisboa, Ed. 70, 1972.

CARDOSO, Ciro Flamarion Santana & BRIGNOLI, H. Perez. *El Concepto de Clases Sociales: Bases para una discusion*, Madrid, Editorial Aguso, 1976.

CARDOSO, C. F. *Ensaio Racionalistas: Filosofia, Ciências Naturais e História*, Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1988.

CASTELLS, M. *Problemas de Investigação em Sociologia Urbana*, Lisboa, Editorial Presença, 3ª Edição.

CHAUÍ, M. *Cultura e Democracia*, São Paulo, Coleção Contemporânea, Ed. Moderna, 1981.

_____. *Conformismo e Resistência*, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1987.

DARNTON, Robert. *The History of Mentalités*, Brown, R. H. (Ed.), *Structure, Consciousness and History*, Cambridge, University Press, 1978.

DURAND, *Las Estructuras Antropológicas del Imaginário*, Madrid, Taurus Ediciones S.A., 1981.

Enciclopédia Einaudi, Lisboa, Imprensa Nacional, Casa da Moeda, Vol. 1 e 16.

ECO, U. *As Formas do Conteúdo*, São Paulo, Ed. Perspectiva, Coleção Estudos, 1974.

_____. *Tratado Geral de Semiótica*, São Paulo, Ed. Perspectiva, Coleção Estudos, 1980.

_____. *Viagem a Irrealidade Cotidiana*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1987.

_____. *Sobre os Espelhos e Outros Ensaios*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1989.

_____. *Conceito do Texto*, São Paulo, Edusp, 1984.

FREMONT, A. *Região, Espaço Vivido*, Coimbra, Livraria Almedina, 1980.

GARRONI, Emílio. *Projeto de Semiótica*, Lisboa, Edições 70, 1980.

GAY, P. *A Educação dos Sentidos: A Experiência Burguesa da Rainha Vitória a Freud*. São Paulo, Cia. das Letras, 1988.

GINZBURG, C. *O Queijo e os Vermes*, São Paulo, Cia. das Letras, 1987.

GOLDMANN, L. *Ciências Humanas e Filosofia: o que é Sociologia?*, São Paulo, Difel, 1980.

_____. *A Criação Cultural na Sociedade Moderna*, São Paulo, Difel, 1972.

_____. *Epistemologia e Filosofia Política*, Lisboa, Ed. Presença, 1978.

GRAMSCI, A. *Concepção Dialética da História*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.

HABBERMANS, Z. *Mudança Estrutural na Esfera Pública: Investigação quanto e uma categoria da sociedade burguesa*, Rio de Janeiro, Ed. Tempo Brasileiro, 1984.

HJELMSLEV, Louis. *Prolegômenos a uma Teoria da Linguagem*, São Paulo, Editora Perspectiva, Coleção Estudos, 1975.

HUYGHE, R. *O Poder da Imagem*, São Paulo, Livraria Martins Fontes, Ed. S/D.

IVANOV, V. V. et all. "A Linguagem e os Signos", In: *Tempo Brasileiro*, nº: 29, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1972.

LEUCHTEMBERG, W. E. *O Século Inacabado*, Rio de Janeiro, Zahar Editores, Biblioteca de Cultura Histórica, 1976, 2 Volumes.

LOTMAN, Y. *Estética e Semiótica do Cinema*, Lisboa, Ed. Estampa, 1978.

MARTINET, J. *Chaves para a Semiologia*, Lisboa, Pub. D. Quixote, 1974.

MARK, K. & ENGELS, F. *A Ideologia Alemã*, São Paulo, Ed. Hucitec, 1986.

MEDEIROS, H. P. *A Imagem Fotográfica e suas Construções*. Dissertação de Mestrado, URFJ, ECO, 1984.

MUKAROVSKY, J. *Escritos sobre Estética e Semiótica da Arte*. Lisboa, Ed. Estampa, 1981.

NEIVA, E. *A Imagem*, Rio de Janeiro, Ed. Ática, 1987.

NOVAES, A. (Org.). *O Olhar*, São Paulo, Companhia das Letras, 1988.

ROSSI-LANDI, F. *Linguagem como Trabalho e como Mercado*, São Paulo, Difel, 1985.

SABBATINI, M et alli. *Dicionário Teórico-Ideológico*, Buenos Aires, Ed. Galerna, 1975,

SCHNAIDERMAN, Boris. *Semiótica Russa*, São Paulo, Ed. Perspectiva, 1979.

THOMPSON, E. P. *Tradición, Revuelta y Consciencia de Clase*, Barcelona, Ed. Crítica, 1979.

VERON, Eliseo. *Ideologia, Estrutura, Comunicação*, São Paulo, Ed. Cultrix, Edusp, 2ª Edição.

_____. *A Produção de Sentido*, São Paulo, Ed. Cultrix, Edusp, 1980.

VOVELLE, M. *Ideologias e Mentalidades*, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1987.

WILLIAMS, R. *Marxismo e Literatura*, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1979.

4 – OBRAS GERAIS SOBRE FOTOGRAFIA

AHLERS, A. W. *Aprenda a Fotografar Divertindo*, São Paulo, Ed. Íris, 1987.

ARCARI, A. *A Fotografia: As Formas, os Objetos, o Homem*, São Paulo, Livraria Martins Fontes Ed. Ltda, 1980.

BARTHES, R. *A Câmera Clara*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.

BERNIER, Jules. *Tudo sobre Fotos Artísticas*, São Paulo, Ed. Íris, 1951.

- BLUME, H. *Técnica dos los Grandes Fotógrafos*, Madrid, H. Blume Ed., 1983.
- BOURDIEU, P. (Dir.). *Um Art Moyent: essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Minuit, 1965.
- “Brincadeiras Fotográficas”, São Paulo, *Íris*, 1953.
- Câmera Internacional*, Paris, France, nº: 8, Automne, 1986.
- CAMPOS, F. F. *Um Fotógrafo, uma Cidade, Augusto Malta, Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Maison Graphique, 1987.
- CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FOTOGRAFIA. “Linguagem Fotográfica”, In: *Imagem-Ação*, Rio de Janeiro, Mimeografado, 1986.
- COLLIER, J. *Antropologia Visual, A Fotografia como Método de Pesquisa*, São Paulo, EPU/USP, 1973.
- EHRlich, R. *Dicionário de Fotografia*, Lisboa, Publicações D. Quixote, 1986.
- FERREZ, G. *Pioneer Photographers of Brasil: 1840-1920*, New York, The Center of Inter-American Relations, 1976.
- FLUSSER, V. *A Filosofia da Caixa Preta*, São Paulo, 1985.
- FREUD, G. *La Fotografia como Documento Social*, Trad. Josep Elias, Barcelona, G. Gili, 1976.
- FUNARTE, José Medeiros, *50 anos de fotografia*, Funarte, Instituto Nacional de Fotografia, 1986.
- _____. *Feito na América Latina: II Colóquio Latino-Americano de Fotografia*, Trad. de Alencar Guimarães Lima e Maria Aparecida Roncato, México, Conselho Mexicano de Fotografia, 1987 (Coleção Luz e Reflexos).
- HUMBERTO, L. *Fotografia: Universo e Arrabaldes*, Funarte, Instituto Nacional de Fotografia, 1983.
- KOSSOY, Boris, *Origens e Expansão da Fotografia no Brasil, Século XIX*, Rio de Janeiro, 1980.
- KUBRUSLY, C. A. *O que é Fotografia?*, São Paulo, Ed. Brasiliense, Coleção Primeiros Passos, nº: 82, 1983.
- LEITÃO, B. dos Santos. *Compêndio de Fotografia para Amadores*, 1920.

- LIMA, I. *A Fotografia é a sua Linguagem*, Rio de Janeiro, Espaço Tempo, 1988.
- _____. *Fotojornalismo Brasileiro: Realidade e Linguagem*. Rio de Janeiro, Fotografia Brasileira, 1989.
- LOTHROP, Jr. E. *A Century of Cameras: From the Collection of the International Museum of Photography at George Eastman House*, New York, Morgan e Morgan, Inc. Dobbs Ferry, 1982.
- MACHADO, A. *A Ilusão Espetacular; Introdução à Fotografia*, São Paulo, Brasiliense, MEC-Secretaria de Cultura, Funarte / Instituto Nacional de Fotografia, 1984.
- MOREIRA LEITE, M. L. *A Imagem Através das Palavras*, Ciência e Cultura, Vol, 38, nº: 9, 1986.
- _____. *Fotografia e História*, Ciência e Cultura, Vol. 7, nº: 39, 1988.
- MOURA, E. *Câmera na Mão: Som Direto e Informação*, Rio de Janeiro, Funarte, Instituto Nacional de Fotografia, 1975, Coleção Luz e Reflexão.
- MUSEU DA IMAGEM E DO SOM. *Guilherme Gluck*, Paraná, MIS-Secretaria de Estado e Cultura.
- NEWHALL, B. *History of Photography*, New York, The Museum of Modern Art, 1982.
- O Retrato Brasileiro, fotografia da coleção Francisco Rodrigues, 1840-1920*, Rio de Janeiro, Funarte / Núcleo de Fotografia, Fundação Joaquim Nabuco / Departamento de Iconografia, 1983.
- Photo-Camera*, São Paulo, Ano, nº: 8, 1980.
- Retratos quase inocentes*, Carlos Eugênio Marcondes de Moura (Org.); (Co-autores) Aracy A. Amaral, Carlos A. C. Lemos, Jean-Claude Bernadet, São Paulo, Nobvel, 1983.
- ROSEMBLUM, N. *A World History of Photography*, New York, Abbeville Press, 1984.
- SONTAG, S. *Ensaio sobre Fotografia*, Trad. de Joaquim Paiva, Rio de Janeiro, Arbor, 1981.
- TIME LIFE BOOKS, *The Print*, New York, 1970.
- TRAPMORE, A. *Guia Prático da Fotografia de Pessoa*, Porto, Ed. Presença, São Paulo, Martins Fontes, 1979.
- VASQUEZ, P. *Fotografia Reflexos e Reflexões*, São Paulo, LPM, 1986.

_____ (Coord). *José Oiticica Filho, a Ruptura da Fotografia nos anos 50*, São Paulo, Ed. Hucitec, 1983.

WANDENOYEN, H. V. *Tudo sobre a Paisagem e a sua Câmera*, São Paulo, Íris, 1951.

ELEMENTOS DA FORMA DA EXPRESSÃO

agência produtora:				
ano:				
tamanho da foto				
formato da foto e suporte (foto impressa relação c/ o texto)				
tipo de foto: posada ou instantâneo				
enquadramento I: sentido da foto - horizontal ou vertical				
enquadramento II: direção da foto esquerda ou direita				
enquadramento III: distribuição dos planos				
enquadramento IV: arranjo e equilíbrio (objetivo central)				
nitidez I: foco				
nitidez II: impressão visual (textual)				
nitidez III: iluminação				
produtor: amador ou profissional				
foto nº.				

ELEMENTOS DA FORMA DO CONTEÚDO	agência produtora:				
	ano:				
	local retratado				
	tema retratado:				
	peças retratadas:				
	objetos retratados:				
	atributos ds pessoas:*				
	atributos da paisagem:**				
	tempo retratado:				
	dia / noite:				
	foto nº.				
	* atributos das pessoas:				
	- indumentária				
	- gesto				
	** atributos da paisagem:				
	- fachadas				
	- iluminação				
	plantas, etc.				