

Grafia atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. Em vigor no Brasil a partir de 2009.

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO
SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNICAMP
DIRETORIA DE TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

C737 Como pensam as imagens / organizador: Etienne Samain. – Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012.

1. Warburg, Aby, 1866-1929. 2. Antropologia visual. 3. Imagens – Interpretação. 4. Estética. 5. Comunicação visual. 6. Arte. I. Samain, Etienne Ghislain. II. Título.

CDD 778.5
152.14
111.85
001.56
700

ISBN 978-85-268-0961-1

Índices para catálogo sistemático:

1. Warburg, Aby, 1866-1929	778.5
2. Antropologia visual	778.5
3. Imagens – Interpretação	152.14
4. Estética	111.85
5. Comunicação visual	001.56
6. Arte	700

Copyright © by Etienne Samain

Copyright © 2012 by Editora da Unicamp

Nenhuma parte desta publicação pode ser gravada, armazenada em sistema eletrônico, fotocopiada, reproduzida por meios mecânicos ou outros quaisquer sem autorização prévia do editor.

Editora da Unicamp
Rua Caio Graco Prado, 50 – Campus Unicamp
CEP 13083-892 – Campinas – SP – Brasil
Tel./Fax: (19) 3521-7718/7728
www.editora.unicamp.br – vendas@editora.unicamp.br

Surpresas da objetiva: novos modos de ver nas revistas ilustradas modernas*

Helouise Costa

DEDALUS - Acervo - MAC



21500011052

Prod
2337311

A invenção do quadro de cavalete produziu grandes obras de arte, mas a sua eficácia foi perdida. O cinema e as revistas semanais ilustradas saíram vitoriosos.

El Lissitzky**

Composições geométricas, horizontes oblíquos, deformações, sombras, reflexos, transparências, vistas aéreas, instantâneos e microfotografias são apenas alguns dos muitos recursos e técnicas empregados na produção das fotografias veiculadas nas revistas ilustradas da primeira metade do século XX. Presentes de forma esporádica, porém constante, essas imagens filiam-se ao repertório da chamada Nova Visão. Esse insuspeitado vínculo entre uma proposta fotográfica de vanguarda e um veículo de comunicação endereçado ao consumo popular oferece-nos um terreno fértil para semearmos nossas indagações acerca da relação

entre Modernismo e cultura de massas. Não se trata de uma simples transposição formal, mas de um fenômeno complexo, que envolve apropriações e ressignificações recíprocas de imagens e discursos com objetivos e finalidades diversos.

Tomarei como objeto para essa reflexão exemplos coletados nas revistas ilustradas *Vu*, *O Cruzeiro* e *Life*, entre as décadas de 1920 e 1950. As três foram escolhidas em virtude da importância que tiveram nos contextos específicos de seus países de origem, do caráter modelar que adquiriram durante os períodos em que circularam e da surpreendente similaridade de usos que fizeram da imagem fotográfica. A comparação entre elas evidencia que estava em curso um processo de mundialização da cultura de massas, fundamentado na suposta objetividade e universalidade das imagens. No que tange especificamente ao desafio proposto pelo organizador desta coletânea de ensaios, proponho-me a indagar de que modo a fotografia, por intermédio das revistas ilustradas, convocou a sociedade a pensar

* Este ensaio foi produzido a partir das pesquisas de pós-graduação da autora reformuladas por reflexões recentes. Ver Helouise Costa (1993 e 1998), "As surpresas da objetiva" era o título de uma seção da revista *Vu* em que eram publicadas fotos consideradas surpreendentes.

** El Lissitzky, 1926, apud Christopher Phillips, "Resurrecting vision: the new photography in Europe between the wars", in Maria Morris Hamburg e Christopher Phillips (1989, p. 80).

sobre o novo papel da visão na modernidade. Para tanto pretendo situar a revista ilustrada no contexto de uma cultura, que se constituiu e se consolidou no período entreguerras, tendo como base a centralidade conferida à imagem fotográfica.

As vanguardas fotográficas e a invenção da Nova Fotografia

As duas primeiras décadas do século XX presenciaram uma redefinição total dos pressupostos da fotografia. A estética pictorialista, hegemônica até então, seria definitivamente superada em seu viés romântico e acadêmico após a Primeira Guerra Mundial. Coop-tada pelas vanguardas, a fotografia seria uma ferramenta privilegiada para o questionamento das hierarquias tradicionais da arte e para a materialização de uma nova visão de mundo. Duas tendências da fotografia de vanguarda viriam a ter desdobramentos mais diretos nas revistas ilustradas: a vanguarda russa, em particular o pensamento de Alexandre Rodtchenko, e a Nova Visão, tal como foi definida por László Moholy-Nagy.

No início da década de 1920, Alexandre Rodtchenko atuava como pintor em Moscou. O engajamento político cada vez mais intenso na causa revolucionária comunista faria com que passasse a questionar a importância social da pintura, por se tratar, segundo ele, de um meio inadequado para “servir às massas” devido à sua unicidade (Rodtchenko, 1988, p. 152). Esse seria o início de uma mudança radical, a partir da qual ele renegaria a própria arte. Rodtchenko deixa de vincular o seu trabalho à esfera artística para situá-lo como ativi-

dade de propaganda revolucionária. Consequentemente abdica da condição de artista e afirma-se como um produtor de imagens, comprometido com a construção de uma nova sociedade. Para Rodtchenko, a revolução política deveria pautar-se necessariamente pela revolução dos modos de ver e esta, por sua vez, deveria apoiar-se no poder de difusão dos meios de reprodução mecânica¹. Ele iria abraçar a convicção de que o olho é biológica e culturalmente limitado e que a objetiva da câmera seria o instrumento ideal para a ampliação da capacidade visual humana (Rodtchenko, 1988, p. 150). No cumprimento de seu propósito revolucionário Rodtchenko passa a defender que somente o aparelho fotográfico estava condições de representar a vida moderna.

Alexander Rodtchenko começa a fotografar em 1924, tomando como princípio o conceito de “estranhamento”, cunhado por Viktor Shkolovsky no campo da literatura. Segundo Shkolovsky era preciso tornar estranho o familiar, ou seja, provocar uma sensação de estranhamento no leitor, oferecendo-lhe criações não estereotipadas, para que ele pudesse tornar-se elemento ativo na produção do sentido (ver Hight, 1995, pp. 104-7). A adaptação dessas ideias por Rodtchenko para o campo da fotografia resultou em imagens fragmentadas, que desafiavam o observador a decifrar uma espacialidade não convencional, construída a partir de pontos de vista que somente a câmera fotográfica podia oferecer. Alexander Rodtchenko tinha especial predileção pelos pontos de vista excêntricos,

¹ “[...] Acostumados a ver o que é convencional e habitual, nós devemos descobrir o mundo visível. Nós devemos revolucionar nosso pensamento visual” (Alexandre Rodtchenko, 1988, p. 151).

especialmente do alto para baixo, de baixo para cima e suas diagonais, que considerava como os mais interessantes para a vida moderna (Rodtchenko, 1988, p. 146). É justamente a partir de uma tomada de cima para baixo que ele constrói a sua alegórica *Natureza morta com Leica*, de 1929, em que mostra a inovadora câmera fotográfica como companheira de sua caneta e de seu bloco de notas, em alusão a suas atividades simultâneas como repórter e fotógrafo de imprensa. O próprio Rodtchenko afirmaria, anos mais tarde, que as suas melhores fotografias foram aquelas produzidas para as revistas ilustradas².

László Moholy-Nagy, por sua vez, também iria desenvolver uma intensa pesquisa no âmbito da fotografia ao longo dos anos 1920. Sabe-se hoje que no início de sua aproximação da fotografia na Alemanha ele conhecia não só o pensamento de Skolovsky como a produção a fotográfica de Rodtchenko, com os quais estabeleceria diversas afinidades³. Moholy-Nagy entendia a fotografia como instauradora de um novo modo de ver e exaltava a sua superioridade em relação

à pintura. Acreditava, como muitos de seus contemporâneos, na precariedade da visão humana e no poder da câmera fotográfica de adequar a humanidade aos desafios do século XX, chegando mesmo a afirmar que os analfabetos do futuro não seriam aqueles que não soubessem ler, mas os que não tivessem capacidade de fotografar⁴.

A busca de Moholy-Nagy por novas relações espaciais resultou em visões fraturadas, perspectivas oblíquas e enquadramentos inusitados, formalmente similares às imagens de Rodtchenko. Já as diferenças entre ambos fundamentaram-se no papel social por eles conferido à fotografia: enquanto Rodtchenko a considerava como ferramenta da luta revolucionária comunista, Moholy atribuía-lhe um importante papel educativo a ser exercido no âmbito da sociedade capitalista e defendia a possibilidade de ela ser elevada à categoria de arte, desde que constituísse uma linguagem própria. Integrante do corpo docente da Bauhaus, Moholy-Nagy via na fotografia um dos meios para colocar em prática a nova integração entre vida, arte e tecnologia proposta pela escola⁵. Não se tratava mais de formar artistas, no sentido tradicional do termo, mas profissionais com conhecimentos multidisciplinares, capazes de oferecer à indústria novos parâmetros estético-funcionais.

Moholy-Nagy desenvolveu o seu pensamento acerca da fotografia em torno do conceito de Nova Visão, a

2 Ver Margarida Tupitsyn (1996, p. 45). Parte das fotografias de Rodtchenko pertencentes a acervos de museus de arte e/ou veiculadas em livros de forma descontextualizada foi originalmente produzida para reportagens publicadas na imprensa.

3 O próprio Rodtchenko comenta a influência que o seu trabalho exerceu sobre Moholy-Nagy e o fato de Moholy ter lhe solicitado mais de uma vez o envio de algumas de suas fotografias. Ver Alexandre Rodtchenko (1988, p. 139). A questão da influência da fotografia de vanguarda russa sobre a produção de Moholy-Nagy é ainda hoje polêmica. Abigail Salomon-Godeau e Rosalind Krauss consideram a Nova Visão como uma simples transposição dos princípios da vanguarda russa para usos comerciais na República de Weimar, ao passo que Eleanor Hight defende a vinculação do pensamento de Moholy-Nagy a um corpo teórico bem fundamentado. Não faz parte dos objetivos deste ensaio aprofundar essa discussão.

4 Essa afirmação é com frequência atribuída erroneamente a Walter Benjamin, pois ele a reproduziu no ensaio "Pequena história da fotografia", sem indicar a autoria. Ver László Moholy-Nagy, "Photography in advertising" (publicado originalmente em setembro de 1927), in Christopher Phillips (1989, p. 90).

5 Moholy-Nagy não chegou a ministrar uma disciplina específica de fotografia na Bauhaus, mas adotava-a em suas aulas como exercício de alargamento da percepção. Ver Jeannine Fiedler (1990).

partir do qual sistematizou oito tipos de visão fotográfica: a visão exata (registro da aparência das coisas); a visão abstrata (registro das formas sobre o papel fotográfico por intermédio da luz, sem o auxílio da câmera — o fotograma); a visão rápida (fixação do movimento no mais curto espaço de tempo possível — o instantâneo); a visão lenta (fixação da duração de um movimento); a visão intensificada (intensificação da capacidade visual humana por meio de artefatos — a microfotografia); a visão penetrativa (penetração na matéria sólida — o raios X); a visão simultânea (superposições de transparências) e a visão distorcida (truques óticos produzidos por lentes e espelhos ou por meio de manipulações do negativo)⁶.

Essa classificação serviu de base curatorial para a exposição "Film und Foto" (FiFo) que apresentou cerca de 1.200 imagens entre fotografias de reportagem, publicidade, esporte, guerra, cenas noturnas, vistas aéreas, macrofotografias, fotogramas, solarizações, fotomontagens e registros de raios X⁷. A mostra, inaugurada em Stuttgart em maio de 1929, reuniu não somente artistas de vanguarda, mas também fotógrafos profissionais e amadores dos mais diversos países. "Film und Foto" teve grande repercussão e legitimou a existência, em âmbito internacional, de uma fotografia de cunho formalista, que passaria a ser conhecida como Nova Fotografia. A aproximação indiscriminada das dife-

rentes tendências da fotografia de vanguarda, entre si e de outras modalidades de fotografias amadoras ou aplicadas, fez com que a experiência vanguardista fosse esvaziada de qualquer conteúdo ideológico e subsumida pelo rótulo genérico do formalismo. O principal resultado da exposição foi a sistematização de um grande repertório de soluções técnico-formais, passíveis de serem largamente utilizadas para os mais diversos propósitos.

Por uma nova pedagogia do olhar⁸

A dimensão industrial, já alcançada pela fotografia em meados do século XIX, ganhou fôlego renovado com a invenção do processo de meio-tom e a consequente viabilização do uso da imagem fotográfica na imprensa. Estavam lançadas as bases para uma difusão massiva da fotografia na sociedade moderna, o que iria concretizar-se, de fato, somente após a Primeira Guerra Mundial, quando a revista ilustrada se consolida como um novo veículo de comunicação⁹. O aproveitamento do grande potencial oferecido pelas revistas ilustradas de cunho comercial ocorreria primeiramente na Alemanha, onde o espírito liberal da República de Weimar (1918-1933) propiciou o surgimento de uma

6 László Moholy-Nagy, 1936. "A new instrument of vision", in Liz Wells (2003, pp. 92-6).

7 A extensão da colaboração de Moholy-Nagy na mostra não é muito clara na bibliografia consultada. Sabe-se, no entanto, que a classificação por ele proposta foi empregada pela curadoria e que seu nome aparece na lista de colaboradores como responsável pela apresentação alemã, ao menos na primeira edição do catálogo. Sobre a exposição ver Andreas Haus e Michel Frizot (1994, p. 466).

8 O termo "pedagogia do olhar" é utilizado por diversos autores em referência à Nova Visão, entre os quais Dominique Baqué e Michel Frizot.

9 O processo de meio-tom foi patenteado no início da década de 1880 e permitiu a junção inédita de texto escrito e imagem fotográfica em uma mesma página impressa produzida em escala industrial. No entanto, os aperfeiçoamentos técnicos necessários à utilização de todo o seu potencial nas revistas ilustradas iriam ocorrer somente após a Primeira Guerra Mundial com o emprego da rotogravura.

imprensa dinâmica e diversificada, fundamentada no poder da fotografia. Essa experiência não tardaria a fazer escola na França, na Inglaterra e nos Estados Unidos. Uma das primeiras revistas ilustradas a assimilar o legado da imprensa alemã seria a francesa *Vu*, fundada em março de 1928, a partir do modelo da *Berliner Illustrierte Zeitung*¹⁰. Como o seu próprio nome indica, *Vu* pretendia ser uma revista centrada na informação visual.

Por que um jornal ilustrado? Para responder às necessidades precisas que até este dia não foram ainda levadas em consideração na França. [...] não se encontra entre nós um jornal ilustrado no qual a leitura traduza o ritmo precipitado da vida atual, um jornal que ensine e documente todas as manifestações da vida contemporânea: eventos políticos, descobertas científicas, cataclismos, explorações, competições esportivas, teatro, cinema, arte, moda. *Vu* tomou como tarefa cobrir essa lacuna: concebida sob um espírito novo e realizada por meios novos, *Vu* traz para a França uma fórmula nova: a reportagem ilustrada de informações mundiais. [...] De todos os pontos onde se produzir um evento marcante, as fotos, as resenhas, os artigos chegarão a *Vu*, que ligará, assim, o público ao mundo inteiro através de seus comunicados, suas crônicas, suas ilustrações e colocará ao alcance do olho a vida universal¹¹.

O surgimento da *Vu* é apresentado como resposta às necessidades da vida contemporânea, da qual ela seria uma espécie de tradutora. O texto enfatiza o caráter eclético da publicação, além do seu total comprometimento com o novo — espírito novo, novos meios, fórmula nova. A multiplicidade de temas que pretendia abordar deixa subentendido o objetivo de atingir um público amplo e diversificado. O sucesso de seu projeto editorial transformaria a *Vu* em uma importante referência para publicações lançadas posteriormente em diversos outros países. Esse foi o caso de *O Cruzeiro*, que surgiria no Brasil em dezembro de 1928.

Depomos nas mãos do leitor a mais moderna revista brasileira. [...] *O Cruzeiro* encontra já, ao nascer, o arranha-céu, a radiotelefonia e o correio aéreo: o esboço de um mundo novo no Novo Mundo. [...] A função da revista ainda não foi entre nós suficientemente compreendida. [...] 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. [...] entra e permanece nos lares: é a leitura da família e da vizinhança. [...] Uma revista é um instrumento de educação e cultura [...]. O concurso da imagem é nela um elemento preponderante. [...] Uma revista deve ser como um espelho leal onde se reflete a vida nos seus aspectos edificantes, atraentes e instrutivos¹².

Anunciada como a mais moderna revista do país, contemporânea das novas tecnologias de comunicação, *O Cruzeiro* enfatiza, já de início, a sua dupla missão educativa. No que se refere ao formato, pretendia explicar a verdadeira função da revista ilustrada e colaborar

10 Sobre o projeto editorial da *Vu* ver Dominique Baqué (1993, pp. 292-5). A revista *Vu* circulou até 1940.

11 "Remarques sur un nouveau journal illustré", *Vu*, nº 1, 21 mar. 1928, pp. 11-2, in Dominique Baqué (1993, pp. 295-6). Em que pese o uso do termo jornal em seu editorial de lançamento, *Vu* pautou-se pelo modelo das revistas ilustradas.

12 *O Cruzeiro*, 6 dez. 1928, editorial.

para a sua especialização como um veículo novo, de características próprias, diferente tanto do livro quanto do jornal. No que se refere ao conteúdo, tinha como objetivo ser um instrumento permanente de educação da família, fundamentado na "lealdade" de seus textos e imagens. Assim, suas páginas seriam como um espelho seletivo, apto a refletir a realidade de acordo com os princípios educativos que julgava edificantes.

As revistas ilustradas passaram por um processo de grande desenvolvimento técnico e expansão de mercado entre as décadas de 1920 e 1930. O surgimento da *Life* nos Estados Unidos, em 1936, não pode ser entendido fora desse contexto. No início a revista americana colocou-se como um amálgama de certas soluções bem-sucedidas adotadas pelas revistas europeias, embalada, no entanto, por um *design* atualizado e por uma nova técnica de impressão¹³.

Para ver a vida; para ver o mundo; ser testemunha ocular dos grandes acontecimentos; observar o rosto dos pobres e os gestos dos orgulhosos; para ver coisas estranhas — máquinas, exércitos, multidões, sombras na selva e na Lua; para ver o trabalho do homem — suas pinturas, torres e descobrimentos; para ver coisas acontecidas há milhares de quilômetros; coisas ocultas por trás das paredes e dentro das casas; coisas perigosas; as mulheres amadas pelos homens e muitas crianças; para ver e ter

prazer em ver; para ver e se surpreender; para ver e se instruir¹⁴.

Pelo que se pode depreender desse texto, o projeto editorial da *Life* seguia os objetivos de suas antecessoras no que diz respeito à documentação exaustiva da vida e do mundo por meio da fotografia. O editorial de lançamento indica que a função da imagem fotográfica em suas páginas seria proporcionar prazer, causar surpresa e educar o público. Como diferencial em relação às publicações congêneres existentes até então, podemos apontar o propósito de lançar um olhar humanista sobre as questões políticas e sociais do país sem abdicar de ser uma fonte visualmente estimulante de entretenimento¹⁵. Além disso, ao longo do tempo, a *Life* iria desenvolver uma verdadeira fórmula para a edição de suas reportagens fotográficas, baseada em uma forte estrutura narrativa¹⁶.

Se fizermos um levantamento nas revistas *Vu*, *O Cruzeiro* e *Life*, no período enfocado, veremos que a Nova Fotografia forneceu as bases da linguagem fotográfica utilizada nessas publicações e que as modalidades da visão, enumeradas por Moholy-Nagy, aparecem em matérias esparsas, em colunas de publicação regular, em anúncios e até mesmo no espaço das reportagens. Essas revistas cultivavam um verdadeiro fascínio pela fotografia, que transparece, à primeira vista, na grande quantidade e variedade de fotos publicadas segundo os princípios da *visão exata*, ou seja, da fotogra-

13 A revista *Life* era impressa em *offset* em vez de rotogravura. Além disso, introduziu inúmeras inovações em seu *design*, como na capa ocupada por uma foto PB sobre a qual figurava o título em branco sobre fundo vermelho e uma tarja da mesma cor na borda inferior com a data e o preço do exemplar. Esse *layout* foi adotado posteriormente por diversas outras revistas não só nos Estados Unidos como também na Europa, dentre as quais podemos citar *Look* (EUA), *Paris Match* (França) e *Picture Post* (Inglaterra).

14 *Life*, nº 1, 23 nov. 1936, editorial. A revista circulou até 1972.

15 A respeito do projeto editorial da *Life* ver Naomi Rosenblum (1989, pp. 474-7).

16 Sobre o processo de implantação do modelo narrativo da fotorreportagem moderna ver Helouise Costa (1993, pp. 75-85).

fia direta, responsável por fornecer um inventário abrangente de todos os aspectos da natureza e da cultura passíveis de serem fotografados¹⁷.

Do nosso leitor Sr. Manoel Pereira recebemos as fotografias que reproduzimos nestas páginas. *O Cruzeiro*, agradecendo a oferta desses interessantes documentos, aproveita o ensejo para solicitar de seus leitores dos Estados, que, a exemplo deste amigo de *O Cruzeiro*, concorram para que arquivemos em nossas páginas os mais variados aspectos da natureza, dos costumes e da vida brasileira¹⁸.

Tudo se passa como se a revista fosse um infundável catálogo, capaz de arquivar a multiplicidade da vida. A convocação para que os leitores enviem suas fotos pressupõe que o somatório das inúmeras realidades individuais poderia compor um painel cada vez mais completo da vida em seus múltiplos aspectos. A imagem fotográfica funcionaria também como uma ferramenta analítica, estabelecendo semelhanças entre situações díspares ou demarcando contrastes, como na seção semanal intitulada "Semelhanças", publicada em *O Cruzeiro* na década de 1940.

O mundo vive mais de contrastes ou de semelhanças? Talvez tenhamos em partes iguais semelhanças e con-

trastes ou, possivelmente, tudo não passará de um ponto de vista do observador. Já vimos em números anteriores que um fotógrafo abelhudo andou com suas lentes procurando semelhanças entre as coisas mais disparatadas, realizando com isso surpreendentes chapas de confronto. Hoje apresentamos o inverso, por obra e graça de um desses capetas, armados da terrível câmera indiscreta [...] ¹⁹.

As imagens eram apresentadas aos pares, como no caso de uma mulher usando um penteado rebuscado ao lado da foto de um peru. A aproximação entre ambas visava ressaltar o viés cômico da semelhança entre os cabelos ondulados da elegante senhora e a enorme crista disforme do animal. Em outra ocasião, a fotografia revela o contraste entre uma mulher negra vestida de branco e um homem branco vestido de preto, retratados em posições semelhantes, situados porém em contextos distintos. Por meio de aproximações ou contraposições de imagens, a revista estabelece um jogo de aparências que evidencia a intencionalidade do ponto de vista do fotógrafo²⁰. Em que pese a preponderância da fotografia direta nas revistas ilustradas, havia um espaço significativo para outros tipos de visão fotográfica.

¹⁷ A abrangência documental pretendida ficava patente nos títulos de algumas das seções das revistas, como "Pelas cinco partes do mundo", veiculada em *O Cruzeiro*, ou "Os olhos do mundo", publicada na *Vu*. Ambas eram compostas de fotografias compradas de agências estrangeiras ou produzidas pelos mais variados tipos de colaboradores, como caçadores, antropólogos, excursionistas, viajantes e pelo público em geral.

¹⁸ *O Cruzeiro*, nº 84, 14 jun. 1930, pp. 18-9. As fotografias em questão mostram aspectos de uma enchente no Rio Grande do Sul.

¹⁹ *O Cruzeiro*, 3 jun. 1944.

²⁰ É possível levantar a hipótese de que a revista inglesa *Lilliput* (Londres, 1937-1960), de periodicidade mensal, tenha servido de modelo para essa coluna. Tratava-se de uma publicação inteiramente dedicada a esse tipo de jogo visual. Ver Horacio Fernandez (1999, p. 158). A ideia de jogo aparece também na seção intitulada "Fototeste" publicada em *O Cruzeiro* entre as décadas de 1940 e 1950. Nela aparecem algumas fotos para que os leitores identifiquem o referente, como por exemplo fotos aéreas de cidades, construções antigas, pássaros, vegetais etc. Ver "Fototeste", *O Cruzeiro*, 24 maio 1952, p. 68.

Nós podemos dizer que ao longo de oito anos *Vu* tem feito uma exposição semanal de fotos vivas que permanecem como um dos mais importantes testemunhos de nosso tempo [...] nós preferimos os clichês que têm um viés mais inesperado, aqueles que, por caminhos particulares, cientificamente, por vontade estética ou por acaso, nos conduzem para além da imagem pura, rumo a revelações do fantástico ou da Beleza que nossos olhos tão fracos não podem perceber sem a ajuda da objetiva²¹.

Temos aqui, traduzidos para um público leigo, os princípios gerais da Nova Visão. A câmera fotográfica é apresentada como um instrumento poderoso, capaz de desvelar uma realidade que os olhos humanos não conseguem perceber. A origem dessas imagens, consideradas excepcionais pela capacidade de revelar uma realidade até então inapreensível, remonta à segunda metade do século XIX²². No campo da fotografia a redução do tempo de exposição, o aumento da sensibilidade dos filmes e o aperfeiçoamento das objetivas possibilitaram acesso a dimensões invisíveis dos fenômenos físicos, por meio do instantâneo fotográfico e da cronofotografia.

As novas tecnologias da imagem incluíam ainda as fotos geradas com o auxílio do microscópio, do telescópio e das máquinas de raios X. A despeito de seu uso específico em diversas áreas do conhecimento, essas imagens iriam exercer, durante décadas, uma forte atração sobre o público de uma maneira geral. As revistas ilustradas sabiam utilizá-las para incitar a curiosidade dos seus leitores e alimentar constantemente o seu interesse. Não é de estranhar, portanto, que a vi-

são rápida, a visão lenta e a visão intensificada ganhassem frequentemente lugar em suas páginas.

Já em seu segundo número a revista *Vu* lançou um concurso de fotografia que convocava os fotógrafos amadores a se inscreverem em três categorias de imagens: instantâneos tomados em movimento, paisagens urbanas e naturezas-mortas. O exemplo seria seguido por *O Cruzeiro*, que em sua edição inaugural instituiu um prêmio permanente para instantâneos²³.

O próximo concurso de *O Cruzeiro* [...] abrangerá exclusivamente fotografias instantâneas de movimento. O instantâneo é a documentação flagrante da vida. Foi para a obtenção cada vez mais nítida da fotografia instantânea que tanto se aperfeiçoaram os aparelhos fotográficos portáteis, e as suas lentes [...]. *O Cruzeiro* pede aos fotógrafos amadores do Brasil que lhe enviem instantâneos em que surpreenderam e fixaram aspectos animados das ruas, das praias, dos campos de esportes etc., a fim de que o concurso atinja um alto interesse documental jornalístico²⁴.

A referência aos avanços tecnológicos no campo dos equipamentos justifica o caráter contemporâneo do instantâneo fotográfico e a pertinência do concurso, que pretendia reunir flagrantes da vida urbana. Chama atenção na revista brasileira a necessidade de associar o instantâneo à ideia de movimento. Uma análise de outros exemplares desse período aponta que não só o conceito de fotografia instantânea não era bem compreendido pelo público, como havia uma certa dificuldade na visualização desse tipo de in-

21 "La photographie, image de la vie", *Vu*, 5 fev., 1936, pp.155-7.

22 Ver Michel Frizot (1994, pp. 272-91).

23 *O Cruzeiro*, nº 1, 10 nov., 1928, p. 59.

24 "Instantâneo fotográfico", *O Cruzeiro*, 29 ago., 1931, p. 10.

gem. Por ocasião dos preparativos para o concurso de 1931, *O Cruzeiro* publicou exemplos de fotografias instantâneas vencedoras de um dos concursos da *Vu*, como orientação tanto para os fotógrafos competidores quanto para os leitores que deveriam posteriormente votar nas melhores imagens. A falta de familiaridade com a fotografia instantânea evidencia-se ainda na estratégia utilizada em uma das edições de *O Cruzeiro* de 1929. A fotografia, publicada como “um precioso instantâneo de futebol”, mostra uma disputa de bola na qual os corpos dos jogadores estão encostados. Ao seu lado os editores incluíram um desenho esquemático que delimita de forma precisa a silhueta de cada um dos atletas²⁵.

O instantâneo fotográfico, assim como os seus diversos desenvolvimentos técnicos, seria alvo posteriormente dos mais variados usos. Uma inusitada série de cinco instantâneos, publicados na *Vu* em 1938, mostra um ator tocando violoncelo em pleno salto, com a paisagem urbana ao fundo²⁶. As revistas ilustradas alardeavam que a cronofotografia, por sua vez, podia ser utilizada tanto para aperfeiçoar o desempenho de seus leitores nas atividades esportivas, como no tênis ou na corrida, quanto para lhes revelar a beleza dos gestos precisos dos atletas²⁷. Seguindo essa mesma linha de raciocínio, as imagens geradas por meio das câmeras de alta velocidade, com ou sem o auxílio da luz estro-

boscópica, seriam apresentadas como um passo adiante na busca da beleza e da produção de conhecimento.

Ainda vivemos num mundo desconhecido. Há tantas belezas e tantas verdades escondidas do nosso conhecimento [...]. O estroboscópio, no campo da fotografia, é uma das mais sensacionais e curiosas invenções dos nossos dias. A visão dos movimentos e das linhas quando em grande velocidade passava despercebida dos olhos humanos [...] essa quase milagrosa câmera de alta velocidade [...] produto da fértil imaginação humana [...] é uma fiel auxiliar dos homens de saber, dando-lhes novos meios de arrancar do desconhecido os mundos fantásticos da beleza e dos conhecimentos práticos²⁸.

O discurso das revistas buscava sempre ressaltar que tais imagens, por mais inusitadas que parecessem à primeira vista, eram ao mesmo tempo belas e úteis. Do mesmo modo que o instantâneo, a microfotografia também podia ser veículo de grandes revelações, como na matéria “Jóias caídas do céu”, na qual fotografias de partículas de neve, tomadas por meio de um microscópio, revelam formas estelares, descritas no texto como verdadeiras jóias produzidas pela natureza²⁹. Em outras ocasiões a microfotografia podia ser utilizada de modo bem mais prosaico, como no anúncio de um barbeador, publicado na revista *Life*, no qual há fotos da pele de três homens que teriam utilizado o produto. As imagens têm como objetivo revelar detalhes do nascimento dos pelos no momento em que começam a sair dos poros. Na verdade, o que se vê são imagens abstratas de superfícies intensamente texturizadas, que

25 Hoje essa imagem é perfeitamente inteligível aos nossos olhos. *O Cruzeiro*, 22 jun., 1929, p. 14.

26 “Rhapsody acrobatique”, *Vu*, nº 553, 19 out., 1938, pp. 1325-6.

27 Em uma de suas matérias, a *Life* mostra duas cronofotografias do atleta John Borican que registram as diversas etapas de um salto de obstáculo e de um salto a distância. Ver “Sports”, *Life*, 24 nov., 1941, pp. 62-4.

28 “Surpresas do estroboscópio”, *O Cruzeiro*, 3 fev., 1945, pp. 28-9.

29 “Bijoux tombés du ciel”, *Vu* nº 457, 16 dez., 1936, pp. 1560-1.

em função das legendas, transformam-se em prova visual da eficiência do aparelho anunciado³⁰.

No contexto das revistas ilustradas, o micro e o macro acabam por se aproximar, já que podem resultar em imagens surpreendentemente semelhantes. Se a fotografia aérea oferecia uma contraposição à microfotografia, ao materializar macrovisões dos territórios, aproximava-se dela ao gerar imagens igualmente próximas do abstracionismo. As primeiras fotografias aéreas foram produzidas a bordo de balões na segunda metade de século XIX. O aperfeiçoamento de sua prática, no entanto, ocorreria somente a partir da invenção do aeroplano e de sua aplicação bélica. Seria preciso criar metodologias não só para a produção, mas também para a interpretação desse tipo de registro, uma vez que possuía características até então inéditas em função de seu ponto de vista móvel, flutuante e instável³¹. É o que ensina a reportagem “Fotorreconhecimento”, ao apresentar as diversas etapas de um treinamento militar³². Nela há diversas imagens com a marcação das possíveis rotas de ataque em um suposto terreno inimigo. O texto justifica as escolhas realizadas em função da decodificação das imagens. O objetivo era mostrar a utilidade renovada da tecnologia

fotográfica, assim como a perícia das forças militares americanas. Já “O coração do Rio”, publicada em *O Cruzeiro* em 1931, traz uma vista aérea do centro da cidade do Rio de Janeiro acompanhada de uma legenda em que são identificados diversos logradouros³³. É como se os editores buscassem ensinar ao público uma nova maneira de situar-se no tecido urbano em mutação.

As revistas ilustradas também costumavam desafiar a acuidade visual de seus leitores por meio de fotografias tomadas de ângulos inusitados, do uso de sombras e reflexos, da geometrização e de inúmeros outros recursos do gênero, que conferiam interesse visual a temas absolutamente banais. Recorriam ainda à publicação de fotografias irreconhecíveis devido às tomadas em *close*. A adivinhação do referente podia, até mesmo, tornar-se objeto de concurso.

Veja uma fotografia sensacional. O que ela representa exatamente? As ruínas de um templo inca, os restos de uma cidade histórica ou as recentes escavações feitas no Egito? Nós deixamos a nossos leitores a tarefa de descobrir. [...] Em nosso próximo número, nós daremos a resposta exata. Os leitores que, antes de domingo, nos anteciparem a solução desse problema receberão um presente da *Vu*³⁴.

A resposta viria na forma de uma outra fotografia, em que aparece uma mão, segurando um cristal de bismuto³⁵. A imagem da semana anterior revela-se, então,

30 “Sunbeam shavemaster. Photomicrographs show Sunbeam Shavemaster shaves any beard closer and smoother!”, *Life*, 14 maio, 1951, pp. 4-5.

31 Sobre a fotografia aérea ver Thierry Gervais (2001, pp. 88-108). Nesse contexto podemos situar a reportagem “L’Homme et les deux infinis”, que contrapõe uma tomada aérea de uma multidão à fotografia de uma nebulosa produzida por meio de telescópio (*Vu*, nº 412, 5 fev., 1936, pp.160-1).

32 “Photo reconnaissance. Air observers learn basic rules at Brooks Field”, *Life*, 22 fev., 1943, pp. 59-63.

33 *O Cruzeiro*, 3 jan., 1931, pp. 24-5.

34 “Qu’est que c’est?”, *Vu*, 22 jul., 1936, p. 871.

35 “La vérité sur notre photographie sensationnelle”, *Vu*, 29 jul., 1933, p. 903.

sas vezes nas fotos que produziu para a *Vu*. Na foto de capa, referente a uma reportagem sobre o trabalho dos vidreiros, Kertész retrata uma mulher diante de uma mesa, com um dos braços apoiados sobre uma esfera refletora que destaca a imagem deformada do ambiente no qual a cena se desenrola³⁷. A esfera nos faz lembrar uma bola de cristal e a imagem enigmática que gera parece revelar uma dimensão oculta do real. O mesmo recurso à deformação seria usado em uma fotorreportagem de *O Cruzeiro* alguns anos mais tarde. O contexto, no entanto, seria explicitamente político: Plínio Salgado segura uma lupa que devolve a imagem de um de seus olhos em tamanho descomunal. O olho desencarnado, suspenso no espaço, parece indicar que a visão do líder integralista continuava pairando sobre a política brasileira³⁸.

A proposta de investigação da visualidade, embora aparecesse de modo disperso em reportagens e anúncios, tinha um espaço fixo na revista *Life*, na seção semanal intitulada "Falando de imagens"³⁹. Nela eram abordados temas variados, que incluíam desde fotos microscópicas de cristais expostos à luz polarizada⁴⁰ até uma série de instantâneos que mostravam casais se beijando nas ruas de Paris, produzida por Robert Dois-

neau⁴¹. O objetivo no primeiro caso era revelar a beleza das formas e das cores invisíveis da natureza e no segundo, provar, por meio de fotografias supostamente espontâneas, que o romantismo e a liberalidade de costumes eram visíveis nas ruas da capital francesa. Dentre inúmeros temas abordados, chama atenção uma coletânea de fotografias retratando Adolf Hitler, nas quais o dirigente nazista aparece em atitudes ternas com diversas crianças. Logo de início o texto adverte: "Sim, as fotografias destas páginas são propaganda. Nenhum líder faz um uso maior e mais efetivo de fotos de crianças do que Hitler"⁴². O texto informa ainda que as fotos pertencem ao arquivo de Heinrich Hoffmann, fotógrafo oficial do regime, que teria convencido Hitler acerca da importância do uso da fotografia como arma de propaganda política. O viés ideológico é evidente, pois não incita o público a duvidar da espontaneidade de todas as fotografias de políticos veiculadas na imprensa, mas apenas das imagens do ditador alemão.

O advento da Segunda Guerra mostraria que os usos políticos da fotografia iriam muito além das estratégias de encenação. Um anúncio da Kodak reitera a crença no poder da fotografia de revelar dimensões invisíveis do real e explica como ela podia não só transformar a espionagem em ciência exata, como também produzir provas irrefutáveis em situações difíceis ou perigosas.

37 "Chez les marchands d'avenir", *Vu*, nº 129, 3 set., 1930.

38 *O Cruzeiro*, 15 ago., 1953.

39 Não foi possível realizar um levantamento exaustivo da revista *Life* para determinar o período exato durante o qual a seção "Speaking of pictures" foi veiculada. A partir de uma pesquisa por amostragem, descobri que ela apareceu pela primeira vez no segundo número, em 30 novembro de 1936. A última vez parece ter sido em 24 de fevereiro de 1961, tendo sido publicada regularmente ao longo de todos esses anos.

40 "Speaking of pictures... these are crystals under polarized light", *Life*, 3 abr., 1944, pp. 10-11 e 13.

41 "Speaking of pictures... In Paris young lovers kiss whenever they want to and nobody seems to care", *Life*, 1950, pp. 16-7, in: Hans-Michael Koetzle, *Photo Icons. The story behind the pictures, 1928-1991*. Köln, Taschen, 2002, p. 77.

42 "Speaking of pictures... This is 'jugend um Hitler'", *Life*, 6 dez., 1937, pp. 6, 7 e 9.

SPEAKING OF PICTURES...



A future baby breeder, but in the vast outdoors of a Nazi forest, where he is comforted by Hitler.



"Come on out and play," reads the caption for this photograph. "But she can't do it because she's so shy, she's so very shy."



The mother instinct is how perfectly conveyed in all these Adolf Hitler photographs. He is always the father of a little girl, and never a boy.



A LITTLE BOY EXAMINES HITLER'S SWASTIKA AND HAND WITH BOMBER WHILE HITLER AND HIS FELLOW DINERS LOOK ON WITH SMILES AND JOYS.



This little girl rushed out of an adjoining crowd to greet Hitler, who, smiling, escorted her back to her mother.



Groebner's daughter meets Adolf Hitler. Their father (lower left) who is the Nazi propaganda chief, has four children.



Hitler is moved by this tiny youngster whose beaming and down-on-knees look is the epitome of the pathetic Nazi children.

THIS IS "JUGEND UM HITLER"

Yes, the photographs on these pages are propaganda. No child makes a more effective use of child pictures than Adolf Hitler. His official photographer, Heinrich Hoffmann, has a file of more than 100,000 photographs of Hitler and children. These photographs are used extensively in newspapers, on postcards, even in a book called *Jugend um Hitler* ("Youth around Hitler").

As these pictures show, Hitler is an insatiable camera companion to children. Though always camera conscious, he never lets himself become over. This is due partly to the fact that he is a genuine lover of children. He has what an observer once described as "the avuncular tenderness of

the man who has not lost belief in his own." Children, in return, like Hitler. And German mothers have been petted to see their children being petted by the Führer in complete disregard of his exalted status.

Hitler does not limit his interest in children to sentiment or propaganda. He has repeatedly urged Germans to have large families with the implied threat of providing plenty of men who might shed their blood in defense of their Fatherland. Himself unmarried and childless, Hitler is godfather to many German children. His official pronouncement: the fourth child born to any pure Aryan family can claim Hitler as godfather. At last count, the Führer had 12,000 godchildren.



A charming stogie for the Führer in this photo. He who poses in the three pictures above. Having found a good one.

are compared for Hitler's official photographer. He is seen in a number of other photos which are not shown here.

FOTO 3 — "Speaking of pictures... This is 'jugend um Hitler'", *Life*, 6 dez., 1937, pp. 6-7

[...] os filmes Kodak para fins especiais encontram impressões digitais invisíveis, mostram imperceptíveis rasuras químicas ou manchas de sangue em tecidos; quando focados pelas radiações infravermelha ou ultravioleta, revelam diferenças de traço e de tinta em documentos viciados e podem mesmo fotografar uma pessoa imersa em absoluta escuridão com o auxílio da invisível luz infravermelha. Desse modo se consegue a prova de que nenhum juiz ou júri pode duvidar... Assim é como as atividades de contraespionagem são uma ciência exata, com o auxílio da fotografia. As exigências de guerra continuam

demorando a distribuição adequada dos produtos Kodak. No entanto, o progresso da fotografia se acumula, e nos permitirá servir aos nossos clientes melhor do que até agora pudemos fazer. A fotografia ao serviço do progresso humano⁴³.

A guerra é apresentada como um mal necessário que estaria, no entanto, propiciando grandes aperfei-

43 "Para os aparelhos e filmes Kodak não há agentes secretos!", *O Cruzeiro*, 27 nov., 1943, p. 39.

çoamentos no campo da fotografia. Ciência, verdade e progresso são as palavras-chave do discurso da empresa americana, que promete utilizar posteriormente os conhecimentos acumulados durante o conflito em benefício de seus clientes.

Todos os exemplos até aqui apresentados mostram que havia uma intenção deliberada das revistas ilustradas de provocar o estranhamento do público por meio de imagens insólitas⁴⁴. Não se tratava de exemplos isolados. Ao contrário: minha hipótese é que, em conjunto, eles constituíam o escopo de uma certa pedagogia do olhar direcionada para públicos de massa. Era preciso tudo ver para tudo saber. A similaridade dos discursos veiculados nas três revistas analisadas aponta para a mundialização desse fenômeno, que teria sido uma resposta às necessidades da indústria da comunicação em um momento de grande crescimento. Podendo transitar livremente entre um cotidiano banal de fatias de pão, um mundo fantástico de civilizações perdidas ou um universo misterioso de fenômenos paranormais, a fotografia ensinava o público a ver o cotidiano a partir de novos pontos de vista, com os olhos mecânicos da sociedade moderna industrial⁴⁵.

44 Seria enfadonho e desnecessário exemplificar a presença de todos os tipos de visão fotográfica nas revistas ilustradas. Podemos afirmar, a título de complementação, que a visão penetrativa, a visão abstrata e a visão simultânea também foram contempladas nas revistas em diferentes ocasiões. "Le spectre de la fleur" traz imagens em raios X de ramos de flores que revelam a estrutura interna das plantas (*Vu*, nº 248, 14 dez., 1932, pp. 1.998-9); fotogramas apareciam esporadicamente em matérias sobre as inovações artísticas da fotografia ("Rayogram", *Vu*, nº 105, p. 259) e a visão simultânea podia se materializar, por exemplo, em fotos que mostravam palavras escritas sobre vitrines em primeiro plano, tendo a cidade ao fundo.

45 Esse tipo de imagem também ganharia espaço no museu de arte. O Museu de Arte Moderna de Nova York, MoMA, realizou diver-

A relação entre os meios de comunicação de massas e a fotografia de vanguarda é muito mais complexa do que parece à primeira vista, pois não se esgota em interpretações fundamentadas na ideia de cópia ou simples influência. As revistas ilustradas despertaram, desde cedo, um forte interesse nos artistas, que passaram a se apropriar do material fotográfico por elas gerado para a realização de muitos de seus trabalhos, em especial colagens e fotomontagens, ou mesmo para apoiar suas reflexões acerca do novo estatuto da imagem na sociedade moderna, como no caso de Moholy-Nagy⁴⁶. As vanguardas surgiram no momento em que a fotografia estava ampliando o seu espaço social por meio de sua inserção na imprensa ilustrada e, não por acaso, estabeleceram diálogos e contrapontos com as imagens corriqueiras de grande circulação, que consideravam documentos modernos por excelência⁴⁷.

sas exposições, nas décadas de 1930 e 1940, que incluíam os mais diversos experimentos fotográficos, tais como fotogramas, micro e macrofotografias, cronofotografias, fotografias aéreas, imagens de raios X e infravermelhos. Dentre elas podemos citar: "Photography, 1837-1937" (1937), "Abstract photography" (1939), "Functions of the camera" (1939), "Dancers in movement: photographs by Gjon Mili" (1942), "Painting with light — How to make a photogram" (1942) e "Action Photography" (1943). Essas exposições reuniram fotos de autores como Eadweard Muybridge, Étienne-Jules Marey, Harold Edgerton, Gjon Mili, Christian Shad, Man Ray e Moholy-Nagy, entre muitos outros. Ver Diana Dobransky (2008).

46 Para compor o seu livro *Pintura, fotografia, filme*, publicado originalmente em 1925, Moholy-Nagy recorreu a cem fotografias, selecionadas durante os anos precedentes em jornais, revistas e outros impressos. Ver László Moholy-Nagy (1969).

47 Sobre a ligação entre as vanguardas e a fotografia de imprensa ver Molly Nesbit, "Photographie, art et modernité (1910-1930)", in Jean-Claude Lemagny e André Rouillé (1986, p. 104). Ver também o ensaio que aponta as relações entre as vanguardas e as chamadas recreações fotográficas veiculadas desde o final do século XIX: Clément Chéroux (1998, pp. 72-96).

Molly Nesbit chega mesmo a afirmar que a fotografia de vanguarda não poderia ter existido sem a reprodução mecânica e a fotografia de imprensa e que escrever a história de uma é, de certa forma, escrever também a história da outra. A relação entre as revistas ilustradas e a fotografia de vanguarda, portanto, não se caracterizou como uma via de mão única, ainda mais porque os próprios agentes de vanguarda também se valeram dos meios de comunicação de massas como importante plataforma de atuação profissional. El Lissitzky, Herbert Bayer, John Heartfield, Alexander Rodtchenko e Moholy-Nagy são apenas alguns dos nomes mais conhecidos que trabalharam no *design* de revistas e impressos em geral⁴⁸. Não estava em jogo somente a necessidade de sobrevivência econômica, como querem alguns autores, mas, sobretudo, a redefinição do papel social da arte na sociedade, como indicam as palavras de El Lissitzky reproduzidas na epígrafe deste ensaio. A atuação vanguardista visava à desmistificação da atividade artística e à extensa aplicabilidade da fotografia, pensada como uma imagem de vocação pública.

Cabe-nos neste ponto indagar: Como entender o fenômeno de apropriação dos experimentos formais da fotografia de vanguarda pelas revistas ilustradas? Quais as ressignificações daí decorrentes? Em que essas imagens induziam o público a pensar ao serem deslocadas de contexto?

48 A atuação dos artistas de vanguarda nos meios de comunicação de massas deu-se não apenas no âmbito do *design*, mas também do fotojornalismo, da fotopublicidade e da fotografia de moda. Ver Thomas Michael Gunther (org.), "La diffusion de la photographie. La commande, la publicité, l'édition", in Michel Frizot (1994, pp. 554-89).

A fragmentação do mundo e o culto ao estranhamento

Toda nova tecnologia surge em resposta às perguntas essenciais formuladas por uma dada sociedade, contribuindo para explicitar suas crenças mais profundas e renovar seus mitos. O século XIX foi pródigo na criação de máquinas de visão, que intencionavam ampliar o controle sobre os corpos e o domínio sobre a natureza. Os estudos de Jonathan Crary apontam que, desde as primeiras décadas daquele século, estava em curso uma profunda transformação, inerente à modernidade, que levaria à reformulação da experiência visual na cultura ocidental (Crary, 1990). Esse processo iria gerar um novo observador, cuja visão seria moldada segundo as demandas do capitalismo emergente. Tratava-se de um observador que precisava adequar sua sensibilidade à dinâmica de fluxos da cidade moderna, desenvolver um tipo de agilidade mental que lhe permitisse lidar com um número crescente de novas tecnologias, obter maior destreza na realização de tarefas profissionais padronizadas e aumentar sua capacidade de assimilação de informações e imagens de estímulo ao consumo. Ainda segundo o autor, a modernização capitalista faria a experiência visual tornar-se instrumental, racionalizável, mutante e essencialmente abstrata, obrigando o cidadão urbano a dar conta de um mundo repleto de imagens e signos circulantes, isentos de solidez e permanência.

Se tomarmos a tese de Crary como ponto de partida, podemos entender as revistas ilustradas como um novo campo visual, local privilegiado do entrecruzamento de diferentes modelos de visão, oriundos da

reestruturação do terreno mais amplo da visualidade, ocorrido com o advento da modernização. Vimos que as revistas ilustradas funcionavam como vitrines de imagens que, dissociadas de seus contextos de origem, transformavam-se em fragmentos facilmente manipuláveis, tanto do ponto de vista formal quanto do ideológico. Não foi casual, portanto, o fato de a Nova Fotografia ter se adequado tão perfeitamente aos propósitos das revistas ilustradas, pois trazia as marcas de um ideal de mobilidade e adaptabilidade tipicamente modernos, além de alimentar a busca continuada pelo novo. Por meio de composições arrojadas, precisas e ordenadas, a Nova Fotografia estabeleceu uma linguagem objetiva e seriada para a imprensa, que favoreceu a racionalização do espaço da página impressa. A materialização de sua visão mecânica promoveu o esquadramento do mundo e a descoberta da beleza da máquina, tomada como modelo não só da cultura, como da própria natureza.

A pedagogia do olhar, implementada pelas revistas ilustradas, vinha aparentemente contribuir para ampliar a percepção do novo observador urbano e desenvolver a sua capacidade de discernimento diante da profusão de imagens da sociedade moderna. Ao propor diferentes modalidades de desafios visuais, as revistas pareciam querer provocar o público a sair de sua passividade habitual para tornar-se ativo na decifração das imagens e consequentemente adquirir maior conhecimento sobre a vida moderna⁴⁹. No entanto, se analisarmos mais atentamente a interpretação de mun-

do oferecida pelos discursos e pelas imagens das revistas, veremos que não se tratava exatamente de uma pedagogia, se considerarmos a crítica como instância inerente aos processos pedagógicos. O mundo era apresentado em fragmentos, depois de passar por um processo radical de estetização por meio da fotografia. A Nova Visão foi apropriada enquanto estilo e a estratégia de estranhamento converteu-se em uma fonte de imagens inusitadas sobre todo e qualquer tema. O público era induzido a fruir as imagens de maneira lúdica e desinteressada de acordo com os novos padrões de alternância entre atenção e dispersão instaurados pela modernidade⁵⁰. Assim, as imagens deixavam de fazer o observador pensar sobre o mundo e passavam a fazê-lo pensar sobre elas próprias. A função de produção de conhecimento e superação dos estados de alienação originalmente atribuída a esse tipo de imagem pela vanguarda soviética foi substituída pelo objetivo imediato de seduzir o público para o consumo das revistas e dos produtos por elas veiculados⁵¹.

Não podemos deixar de considerar que o culto ao estranhamento estabelece uma curiosa inversão. Como bem aponta Simon Watney, uma vez que o estranhamento se opõe naturalmente à ideia de normalidade, a

49 Danielle Leenaerts defende que a revista *Vu* forneceu a seus leitores um aparelho crítico para leitura dos múltiplos usos da imagem. Ver Danielle Leenaerts (2003 p. 322).

50 Jonathan Crary (1999) defende que com o advento da modernização ocorrem mudanças na percepção, que passa a se caracterizar pelas experiências de fragmentação, choque e dispersão.

51 Simon Watney (1990, pp. 174-5) avalia que a estratégia de estranhamento, tal como proposta pela vanguarda russa, partia do princípio de que as contradições sociais podiam tornar-se visíveis por meio da surpresa visual. Segundo o autor, a falácia dessa crença residia em desconsiderar que o sentido se constitui a partir de uma complexa gama de variáveis que vão muito além do visível. As contradições desse procedimento tornaram-se evidentes na facilidade com que esse tipo de imagem se prestou à contemplação estética alienada e foi usado para os mais distintos propósitos.

exaltação gratuita daquilo que é estranho acaba por reforçar o sentido de ordem que ele momentaneamente parece perturbar⁵². Em última instância, o resultado dos desafios visuais lançados pelas revistas era o reforço da normalidade: por mais difícil que fosse a decifração das imagens, as respostas sempre traziam de volta o conforto de um mundo plenamente conhecido. Por isso, a dicotomia entre aparência e essência estava presente em praticamente todos os desafios do gênero. O texto da matéria “Aprenda a ver as coisas” é exemplar nesse sentido ao afirmar que as aparências sempre enganam e que o leitor, ao se deparar com imagens irreconhecíveis de objetos cotidianos, tem diante de si visões do “mesmíssimo” mundo com o qual está habituado⁵³. Se a aparência do mundo se transformou com a modernidade, era preciso munir-se de instrumentos de visualização para saber reconhecer a essência das coisas. É como se os textos buscassem oferecer uma ancoragem das imagens no real, tentando minimizar a sensação de dissolução e a perda de referenciais própria da vivência urbana da modernidade, sem deixar de enfatizar, contudo, o papel crucial das revistas como mediadoras entre o público e a realidade em transformação. O surgimento de uma pedagogia do

olhar nas revistas ilustradas do período entreguerras constituiu-se, portanto, em uma estratégia bem direcionada, cujo alvo era precisamente o novo observador, hesitante diante da profusão de imagens etéreas em constante circulação⁵⁴. Essa interpretação coaduna-se com a tendência à infantilização dos leitores em grande parte dos textos que lhes propõe desafios perceptivos. Do mesmo modo, observa-se uma indisfarçável satisfação dos editores ao se referirem às possibilidades de manipulação do real a partir das imagens.

Mas afinal quais as implicações de transfigurar o mundo em fragmentos atraentes e irreconhecíveis como só a objetiva da câmera é capaz de registrar? Paul Virilio é contundente ao tratar dessa questão (2002, p. 30). Segundo ele, afirmar que o essencial não é acessível ao olho humano transforma tudo em ilusão e marca “uma forte tendência ao charlatanismo ideológico”. Diversos outros autores, aos quais me filio, compartilham essa posição⁵⁵. A Nova Visão, ao ser apropriada pelas revistas ilustradas, revela um mundo belo e surpreendente, esvaziado dos conflitos inerentes às relações sociais, o que abre espaço para toda sorte de manipulação.

52 Simon Watney (1990, p. 171).

53 “Truques fotográficos? Fotomontagens? Retoques? Nada disso. Apenas uma visão do mesmíssimo mundo em que vivemos focado sob ângulo diferente [...]. Você sabe ver as coisas? Sabe mesmo? Então experimente. [...] A finalidade desta reportagem não é confundir o leitor, mas apenas prestigiar mais uma vez aquele velho refrão que diz: as aparências enganam. E enganam mesmo, quase sempre”. “Aprenda a ver as coisas”, *O Cruzeiro*, 17 set., 1949, p. 55.

54 Paul Virilio considera que o ano de 1914, além de ser o início da Primeira Guerra, marca o advento de uma “desregulagem da percepção”, ou seja, é quando a credibilidade das pessoas nos seus próprios sentidos teria sido subjugada pelos instrumentos óticos de visualização. Essa avaliação, embora mais pontual, coincide com a identificação de um processo de reestruturação da visualidade apontado por Crary. Ver Paul Virilio (2002).

55 Ver Abigail Salomon-Godeau (1989), Rosalind Krauss (1980) e Simon Watney (1990).

Uma câmera com um chapéu de formatura ou como o fotojornalismo atingiu a maioria

A assimilação da Nova Fotografia pela imprensa significou muito mais do que a adequação dos impressos à lógica industrial e não pode ser pensada como um fenômeno apartado do surgimento do fotojornalismo moderno. O domínio do código fotográfico, possibilitado pelo experimentalismo de vanguarda, permitiu a renovação de linguagem da fotografia de imprensa. A partir do momento em que o fotógrafo incorporou os procedimentos de desconstrução do código fotográfico, de herança vanguardista, passou a dominar profundamente o processo de construção da imagem fotográfica. Surgia, assim, o fotojornalismo. A fotografia de imprensa, que até então se colocara apenas como ilustração dos textos, afirma-se como resultado de uma elaboração conceitual, materializando um conhecimento visual específico sobre o mundo. Não se tratava mais de simplesmente registrar o real, mas de ativamente construí-lo.

A *Life* publicou em setembro de 1938 um anúncio intitulado "Um olho com um cérebro!", no qual se vê o desenho de uma câmera fotográfica usando um chapéu de formatura e algumas reproduções de fotografias publicadas nos meses anteriores nas reportagens da revista.

A moderna câmera fotográfica de notícias é um olho mais potente e perscrutador. E, da forma como é usada pela *Life*, ela é um olho que pensa, um olho com um cérebro! Isso porque *Life* casou imagens e palavras em um novo tipo de jornalismo de imagens [...] um novo jornalismo no qual as imagens formam o texto e

as palavras ilustram as imagens! [...] *Life* procura não apenas registrar, mas explicar tendências, movimentos e fenômenos. [...] está claro que, embora *Life* seja um grande *show*, ela não promove apenas o entretenimento⁵⁶.

O texto, em que pese o seu caráter autopromocional, é muito elucidativo acerca do amadurecimento do projeto editorial da revista *Life*, nos dois anos que se seguiram ao seu lançamento, e mostra a forma como os seus editores pretendiam que ela fosse entendida pelo público em seu papel social. A questão central do anúncio é a autonomia da câmera fotográfica tal como utilizada pela *Life*. O título é enfático ao afirmar que a câmera é um olho e possui um cérebro, ou seja, ela é um olho que pensa. O desenho, em destaque ao lado do título, reforça essa ideia, na medida em que o uso de um chapéu de formatura pela câmera simbolizaria o momento ritual de sua passagem para um novo estágio de conhecimento e atestaria a legitimidade do seu saber. A partir do percurso que traçamos neste ensaio, podemos dizer que a contrapartida lógica da pedagogia do olhar é, sem dúvida, a fetichização da câmera⁵⁷.

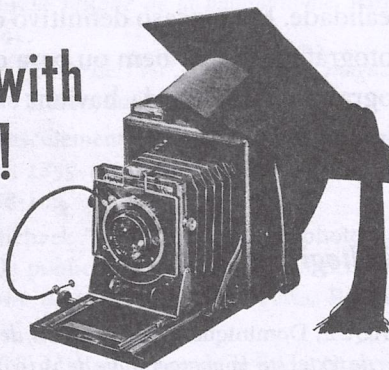
É Rosalind Krauss quem nos chama atenção para a ambiguidade de todos os dispositivos: aquilo que suplementa é também o que usurpa (Krauss, 1980, p. 109). A

56 "An eye with a brain!", *Life*, 19 set., 1938, pp. 64-5.

57 Um outro exemplo de fetichização da câmera aparece na fotorreportagem "O primeiro domingo", *O Cruzeiro*, 19 jan., 1952, pp. 24-6. Nela vemos uma imensa câmera apoiada sobre um tripé na lateral de uma das páginas, apontando para a foto de uma moça deitada na areia da praia de Copacabana. Do modo como é apresentada, a câmera parece ser a única responsável pela escolha do tema fotografado e pela produção das imagens.

An eye with a Brain!

THE modern news-camera is a far-seeing and searching eye. And as most by LIFE it is an eye that *thinks* — an eye with a brain! For LIFE has wedded pictures and words into a new kind of pictorial journalism — a new journalism in which pictures and words are joined together to tell a story, describe an event, or develop an essay — a new journalism in which pictures form the text, and words illustrate the pictures!



news so enticing that the public pays out more of its money for LIFE each week than for any other magazine ever printed. For that money, LIFE'S readers get not just pictures for the pictures' sake, but an exhilarating mental stimulus. For example, even that favorite stand-by of all picture editors, the bathing girl, must have some reason beyond curves to merit a place in LIFE. She must be showing the new bathing suit styles, cracking swim records, winning prizes for beauty beyond the ordinary, or doing something that makes sense and news.

Nor does LIFE make up its pages from the thousands of good news-photographs offered each week by the large picture agencies. LIFE uses these agencies. But LIFE'S most important source is its own staff — crack



photographers, ready to go anywhere in the world where news is being made, or about to be made, and there get exclusive pictures for LIFE.

These on-the-spot members of the staff have enabled LIFE to give its readers their

clearest account of war in China, Nation in Austria, preparation in Czechoslovakia, tragedy in Spain.



Because LIFE, while candid, is never destructive, doors are opened to it that have heretofore been closed to the searching eye of the camera. Thus LIFE was able to attend the recent Versailles luncheon to England's

King and Queen, permitted to picture the private quarters of the U. S. Senate, taken behind the scenes into the sacred precincts of the New York Stock Exchange.

LIFE'S issue on the Youth of America was not just pictures of a lot of young people,



but a thoughtful word-and-picture essay on a great national problem.



LIFE, definitely for American business, doesn't insult readers' intelligence with indiscriminate puffery. But when Ford invested \$25,000,000 in plant expansion at a time when jobs were scarce, that was news and LIFE recorded it.

research, entomology, and other subjects that until now have been considered too dry and heavy for the average reader. LIFE attempts not only to record but to explain trends, movements, and phenomena. Thus, since LIFE'S recent essay on



LIFE'S movie pages are not casual collections of stars' portraits or scenes from current pictures, but an intelligent summary of what competent critics consider the Picture of the Week and the legitimate Hollywood News of the Week.



LIFE explores the field of modern science, makes vital news of archaeology, cancer

Swing Music, one reader wrote, "I've listened to Swing, heard Swing discussed, seen its perpetrators and address pictured, read about it, but never really understood of Swing until LIFE cleared it up for me."

From these examples and from a perusal of any issue of LIFE, it is clear that, while LIFE is a "grand show," it does not entertain only. Through its new kind of pictorial journalism, it is enabled to inform in an entertaining way. That is why LIFE, the newest editorial idea in America, has become the most potent editorial force in America.

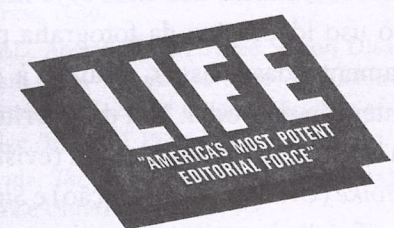


FOTO 4 — "An eye with a brain!", *Life*, 19 set., 1938, pp. 64-5.

câmera fotográfica, ao colocar-se como uma poderosa prótese, capaz de ampliar a capacidade de visão humana, acaba por superá-la, a ponto de sua objetiva passar a ser considerada como um poder autônomo. Não por acaso a autonomia da câmera, seja fotográfica, seja cinematográfica, teve forte presença no imaginário do período entreguerras⁵⁸. Esse culto à autonomia está

presente não apenas nesse anúncio da *Life*, mas em quase todos os textos das revistas que analisamos anteriormente, e torna-se explícito na atribuição de certas qualidades à câmera fotográfica. Ela podia ser terrível, fiel ou indiscreta, como se prescindisse totalmente da ação humana e fosse movida por vontade própria. Ao ser apresentada como um olho que pensa, fica suben-

58 A materialização mais contundente dessa ideia talvez esteja no filme, de 1929, *Um homem com uma câmera* (*A man with a movie camera*), de Dziga Vertov, no qual o diretor soviético de vanguarda confere à

sua câmera a capacidade de preparar-se sozinha para filmar a cidade moderna. Mais do que filmar, ela se transforma em uma câmera-olho, que lança um olhar escrutinador sobre tudo e sobre todos.

tendido que, por trás das boas intenções de fazer o público refletir sobre o novo papel da visão na modernidade, a câmera pensa em lhe usurpar o papel de sujeito na interpretação do mundo.

O rito de passagem a que o anúncio da revista americana se refere diz respeito ao novo estatuto do fotojornalismo, que atingira naquele momento um saber e um poder específicos, sem precedentes na sociedade moderna. Não podemos esquecer que o surgimento do fotojornalismo ocorreu em um momento de transformações sociais profundas que colocaram questões éticas contundentes no terreno da política de uma maneira geral e no campo da fotografia em particular. Os regimes totalitários dos anos 1930 mostrariam a eficácia do uso ideológico da fotografia para interferir no pensamento das massas, visando à consolidação e à manutenção do poder. Um dos territórios estratégicos dessa batalha seria justamente a revista ilustrada: *SSSR na Stroiike* (URSS em Construção) e *Signal* foram periódicos oficiais do stalinismo e do nazismo, respectivamente⁵⁹. Nos regimes democráticos do período entre guerras, o papel das revistas ilustradas não seria menos importante. Ao apoiarem, de maneira nem sempre crítica, os ideais dos governos locais, elas funcionavam como veículos de propaganda política sem que isso fosse assumido explicitamente para os leitores.

Fincado no terreno das contradições, o fotojornalismo estabeleceu-se como linguagem autônoma a partir de um jogo de dupla identidade: se por um lado se respaldou no discurso tradicional da pretensa objetividade e veracidade da imagem fotográfica, por outro in-

vestiu no seu recém-adquirido poder de construção da realidade. Era o ocaso definitivo da inocência do olhar fotográfico. Para o bem ou para o mal, as lições da fotografia de vanguarda haviam sido muito bem compreendidas.

Bibliografia

- BAQUÉ, Dominique. *Les documents de la modernité. Anthologie de textes sur la photographie de 1919 à 1939*. Paris, Éditions Jacqueline Chambon, 1993.
- CHÉROUX, Clément. "Les récréations photographiques. Un répertoire des formes pour les avant-gardes", *Études Photographiques*, nº 5, nov., 1998, pp. 72-96.
- COSTA, Helouise. "Aprenda a ver as coisas: fotojornalismo e modernidade na revista *O Cruzeiro*". Dissertação de mestrado, Escola de Comunicações e Artes-USP. São Paulo, 1993.
- . "Da fotografia de imprensa ao fotojornalismo", *Acervo*. Rio de Janeiro, Arquivo Nacional, vol. 6, nº 1/2, jan./dez., 1993, pp. 75-85.
- . "Um olho que pensa: estética moderna e fotojornalismo". Tese de doutorado, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo-USP. São Paulo, 1998.
- CRARY, Jonathan. *Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth century*. Cambridge, The MIT Press, 1990.
- . *Suspensions of perception. Attention, spectacle and modern culture*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1999.
- DEWITZ, Bodo von (ed.). *Kiosk. A history of photojournalism, 1839-1973*. Colônia, Museu Ludwig, 2001.
- DOBRANSZKY, Diana. "A legitimação da fotografia no museu de arte: o Museum of Modern Art de Nova York e os anos Newhall no Departamento de Fotografia". Tese de doutorado, Instituto de Artes-Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2008, 2 vols.
- FERNANDEZ, Horacio. *Fotografia pública*. Madri, Centro de Arte Reina Sofia, 1999.
- FIEDLER, Jeannine. *Photography at Bauhaus*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1990.

59 Sobre essas e outras revistas citadas neste ensaio, ver Bodo von Dewitz (2001, pp. 162-88).

- FRIZOT, Michel. "L'œil absolu. Les formes de l'invisible", in Michel Frizot (org.), *Nouvelle histoire de la photographie*. Paris, Bordas, 1994, pp. 272-91.
- FRIZOT, Michel e VEIGY, Cédric de. "Vu". *The story of a magazine*. Londres, Thames & Hudson, 2009.
- GERVAIS, Thierry. "Un basculement du regard. Les débuts de la photographie aérienne, 1855-1914", *Études Photographiques*, nº 9, maio, 2001, pp. 88-108.
- GUNTHER, Thomas Michael. "La diffusion de la photographie. La commande, la publicité, l'édition", in Michel Frizot (org.), *Nouvelle histoire de la photographie*. Paris, Bordas, 1994, pp. 554-89.
- HAUS, Andreas e FRIZOT, Michel. "Figures de Style. Nouvelle Vision, Nouvelle Photographie", in Michel Frizot (org.), *Nouvelle histoire de la photographie*. Paris, Bordas, 1994, pp. 456-75.
- HIGHT, Eleanor. *Picturing modernism. Moholy-Nagy and photography in Weimar Germany*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, 1995.
- KOETZLE, Hans-Michael. *Photo Icons. The story behind the pictures, 1928-1991*. Köln, Taschen, 2002.
- KRAUSS, Rosalind. "Jump over Bauhaus", *October*, nº 15, 1980, pp. 102-10.
- LEENAERTS, Danielle. "Analyse historique et artistique du magazine *Vu* (1928-1940), hebdomadaire d'informations générales illustré par la photographie". Tese de doutorado, Universidade Livre de Bruxelas. Bruxelas, 2003.
- LEMAGNY, Jean-Claude e ROUILLÉ, André (orgs.). *Histoire de la photographie*. Paris, Bordas, 1986.
- MOHOLY-NAGY, László. *Painting, photography, film*. Londres, Lund Humphries, 1969.
- MOHOLY-NAGY, László. "Photography in advertising" (publicado originalmente em setembro de 1927), in Christopher Phillips (ed.), *Photography in the modern era. European documents and critical writings, 1913-1940*. Nova York, The Metropolitan Museum of Art/Aperture, 1989, pp. 86-93.
- . "A new instrument of vision", in Liz Wells (ed.), *The photographer reader*. Londres, Routledge, 2003, pp. 92-6.
- NESBIT, Molly. "Photographie, art et modernité (1910-1930)", in Jean-Claude Lemagny e André Rouillé (orgs.), *Histoire de la photographie*. Paris, Bordas, 1986, pp. 103-24.
- PHILLIPS, Christopher. "Resurrecting vision: the new photography in Europe between the wars", in Maria Morris Hamburg e Christopher Phillips, *The new vision. Photography between the world wars*. Nova York, Metropolitan Museum of Art, 1989, pp. 65-108.
- RODCHENKO, Alexandre. *Écrits complets sur l'art, l'architecture et la révolution*. Paris, Philippe Sers Éditeur, 1988.
- ROSEMBLUM, Naomi. *The world history of photography*. Nova York, Abbeville Press, 1989.
- SALOMON-GODEAU, Abigail. "The Armed Vision Disarmed: Radical Formalism from Weapon to Style", in Richard Bolton (ed.), *The contest of meaning: Critical Histories of Photography*. Cambridge, The MIT Press, 1989, pp. 82-107.
- TUPITSYN, Margarida. *The soviet photography, 1924-1937*. New Haven/Londres, Yale University Press, 1996.
- VIRILIO, Paul. *A máquina de visão*. Rio de Janeiro, José Olympio, 2002.
- WATNEY, Simon. "Making strange: the shattered mirror", in Victor Burgin (ed.), *Thinking photography*. Londres, Macmillan, 1990, pp. 154-76.
- WELLS, Liz (ed.). *The photographer reader*. Londres, Routledge, 2003.