



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
MESTRADO EM TURISMO**

SYLVANA KELLY MARQUES DA SILVA

**CENTELHAS DE UMA CIDADE TURÍSTICA NOS CARTÕES-POSTAIS DE JAECI
GALVÃO (1940-1980)**

**NATAL, RN
2012**

SYLVANA KELLY MARQUES DA SILVA

**CENTELHAS DE UMA CIDADE TURÍSTICA NOS CARTÕES-POSTAIS DE JAECI
GALVÃO (1940-1980)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito obrigatório a obtenção do título de Mestre em Turismo, desenvolvimento e gestão.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Lúcia Bastos

**NATAL, RN
2012**

**CENTELHAS DE UMA CIDADE TURÍSTICA NOS CARTÕES-POSTAIS DE JAECI
GALVÃO (1940-1980)**

Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte para a obtenção do título de Mestre. Com Comissão Examinadora formada pelos Professores:

Dra. Maria Lúcia Bastos Mendes (Orientadora)

Dra. Susana de Araújo Gastal

Dr. Raimundo Pereira Alencar Arrais

Dr. Itamar Nobre

UFRN / Biblioteca Central Zila Mamede
Catalogação da Publicação na Fonte

Silva, Sylvana Kelly Marques da
Centelhas de uma cidade turística nos cartões-postais de Jaeci Galvão
(1940-1980) / Sylvana Kelly Marques da Silva. – Natal, RN, 2013.
192 f. : il.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Lúcia Bastos Alves.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Turismo.

1. Cartão-postal - Tese. 2. Turismo - Dissertação. 2. Fotografia - Dissertação.
3. Paisagem - Dissertação. 4. Cidade - Dissertação. 5. Natal - Dissertação. 6.
Jaeci – estudo e crítica - Dissertação. I. Alves, Maria Lúcia Bastos. II.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/UF/BCZM

CDU 655.3.066.32:338.48

Ao fotógrafo Jaeci Emerenciano Galvão e a todos que me auxiliaram nesse período de muito trabalho.

AGRADECIMENTOS

Essa dissertação foi marcada por grandes pressões; mudança na escolha profissional, tentativa de apreensão de teorias e metodologias, os prazos estabelecidos, o cansaço de conviver por dias seguidos, cercada pelas paredes do meu quarto e a constante ausência dos familiares e amigos. Entretanto, é um texto brindado por diferentes contribuições e não poderia deixar de registrar aqui a minha gratidão.

Começo agradecendo a minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia Bastos Alves pela dedicação, brilhantismo, pelas palavras acolhedoras, por ter seguido adiante comigo nesse trabalho, ter acreditado que eu seria capaz de sair do “limbo” inicial e que poderíamos construir algo, esse trabalho é nosso. À você, vários cartões-postais para lembrar minha admiração.

Agradeço ao meu noivo Flávio, por ter estado ao meu lado desde o momento em que decidi abandonar quase uma década de profissão para retornar aos bancos da universidade. Pelo companheirismo e os mais diversos tipos de apoio que tem sempre me oferecido. O seu amor e amizade ao longo dos últimos anos tem sido essencial para cada passo.

Agradeço muito a minha família por todo o apoio. Aos meus pais, pelos valores que me passaram, pelo amor que sempre me dedicaram, por terem me ensinado a respeitar e a amar o próximo e a principalmente por terem me dado condições de escolher o meu caminho, de errar, voltar e escolher de novo. Não imagino minha vida sem vocês. À minha mãe Antonia, pela presença sempre forte e constante; pelos alimentos trazidos na mesa de estudo, pelos momentos de conversa e distração, conselhos e apoio nos momentos mais difíceis e por compartilhar a alegria de cada página virada. Ao meu pai Jurandir, pelas idas e vindas, pelos últimos e importantes diálogos e pela participação e apoio essencial nesse momento de conclusão. À minha tia Isabel e aos meus primos pela consideração, carinho e pela união que temos desde que cheguei por aqui. Agradeço à minha irmã Morgana, uma vivência na minha vida que é muito especial e gratificante e que ao contrário de todos sempre tirava minha atenção dos textos e com isso me dava momentos de alegria e distração.

As amigas: Graça Corrêia, por me receber sempre que preciso em sua residência próxima a Universidade, pela torcida grande e fiel e principalmente por

também vibrar por cada capítulo que eu dizia que acabava. Syra, por estar aturando essa distância, pelas idas à UFRN, pelas reclamações das minhas ausências e principalmente por ter anos de caminhada junto comigo e saber que vou voltar. A Lú, por ter acreditado na nossa amizade de muitos anos e ter feito dela algo valioso, por compreender e respeitar minha ausência e mesmo assim estar disposta a me receber de volta com um sorriso de quem se despediu há apenas poucos minutos. A Adriana, que chegou de mansinho e passou a dividir comigo as angústias do mestrado. Obrigada a vocês por estarem sempre dispostos a doar tempo, atenção e dedicação.

Agradeço aos meus amigos da UFRN em ordem cronológica: primeiro a querida e a grande amiga Isa Paula (*in memoriam*), que me ajudou muito a estar nesse mestrado, me auxiliou no projeto com ideias e com amizade. Sou grata pelas horas que passamos juntas e por todas as trocas que fizemos. Com a mesma intensidade agradeço aos amigos Elson Rabelo e Jesi Firmino, vocês me mostraram uma nova maneira de ver o mundo. Caminhei até aqui com a ajuda de vocês. Agradeço à amizade com a Renata Mayara, pelas horas no telefone para os desabafos e resoluções de problemas, pelos encontros para planejarmos o futuro acadêmico, pelas discussões que ajudam a amadurecer nossas ideias, as trocas de trabalho para correção, enfim, uma amiga que fez toda a diferença nesse último ano. À Anna Gabriela, amiga guerreira que fiz nas aulas de História, obrigada pelos conselhos, pelas dicas nas madrugadas em que estamos *on line* estudando. Agradeço também a minha mais nova e importante companheira, conselheira e alegre Anna Christina.

Aos amigos da minha turma inicio agradecendo à Susy, que no período em que ficou hospedada na minha casa foi companheira de idas e vindas, de desabafos, de alegrias e de conhecimento. Agradeço principalmente pelo carinho que tenho certeza que levaremos adiante. Agradeço também ao querido Amigo Christiano pelo carinho, por sempre estar disposto a conversar nas horas difíceis. Agradeço à Edilene pelas leituras dos meus trabalhos, pela simpatia que sempre me dedicou. Agradeço ao amigo José Augustinho, a meiga Zwyla que desde o início tenho afinidade, a Flavinha e um agradecimento especial à querida amiga Felicidade e sua filhinha Jael.

E, tudo começou quando fui aceita na sala de aula, como aluna dos Professores Dr. Raimundo Pereira Alencar Arrais e Dr. Durval Muniz de Albuquerque

Junior (Programa de Pós-Graduação em História/UFRN). A porta aberta me permitiu chegar até aqui. Sou muito grata ao Professor Raimundo Arrais pela participação essencial nas bancas de qualificação e defesa. Aproveito para dar o meu sincero agradecimento ao Prof. Dr. Itamar Nobre (Departamento de Comunicação Social), pelas importantes dicas e observações pontuais que ofereceu em minha qualificação.

Agradeço ao querido e agora também amigo Prof. Dr. Fransualdo Azevedo (Programa de Pós-Graduação em Geografia/Turismo) pela participação em minha banca de qualificação e pelas preciosas dicas. Agradeço ainda mais pelas aulas que me direcionou por novos espaços, mostrou a importância do trabalho comprometido com o próximo e com a sociedade. Agradeço também por ter me aberto o caminho para a Docência, me guiado nas minhas primeiras experiências em sala de aula, por me ensinar como respeitar e conseguir ser respeitada diante dessa nova realidade.

À Prof.^a Dr.^a Lore Fortes (Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais/UFRN) pelos diálogos e pela convivência, a você um sentimento eterno de gratidão. Agradeço ao compromisso e a grande colaboração com nosso conhecimento à Prof.^a Dr.^a Maria Aparecida Pontes Fonseca. Nesse caminho agradeço também ao acolhimento, a afabilidade e os importantes diálogos que pude realizar com os Professores: Dr. Mauro Lemuel e Dr.^a Kerlei Sonaglio, a vocês, o meu sincero respeito.

A todos os Professores do Programa de Pós-Graduação em Turismo/UFRN; a Dr.^a Rosana Mazaro, Dr. Sérgio Marques, PhD. Wayne Thomas Enders e Dr. Sérgio Marques, pelas disciplinas ministradas e pela cordialidade. Agradeço à atenção e dedicação da secretária do Programa de Pós-Graduação em Turismo Juliane Medeiros e a secretária Isabelle Azevedo do Programa de Pós-Graduação em História.

Agradeço a todos que tornam possível a existência da CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Instituição responsável pela concessão da minha Bolsa de estudos durante todo o período de Mestrado.

Agradeço aos colecionadores de cartões-postais Esdras Rebouças Nobre e André Madureira por terem compartilhado comigo, além dos cartões-postais de Jaeci, livros sobre o colecionismo. Agradeço a Eduardo Alexandre Garcia pelas

trocas de informações sobre a cidade de Natal, pelas dicas preciosas e pela paciência que me dedicou em relação as minhas dúvidas sobre os espaços da cidade. Tenho certeza que agora após a pesquisa estabeleceremos um vínculo de aproximação e respeito.

Enfim, reservo um agradecimento final e especial ao fotógrafo Jaeci Emerenciano Galvão, pelas várias vezes que me recebeu em sua casa, pelo olhar terno e acolhedor; e aos seus filhos Jaeci Emerenciano Galvão Junior que com muito préstimo colaborou com informações pontuais para essa pesquisa e Patrícia Grace Gurgel Galvão pelos diálogos, recortes de revistas e jornais, dicas e toda a atenção prestada.

Sem vocês eu não teria chegado até aqui.

RESUMO

O cartão-postal é um meio de comunicação que ganhou popularidade no momento em que a fotografia foi vinculada a seu suporte. Circulou privilegiando, principalmente, as vistas das cidades e assim compôs uma tríade entre a paisagem, a fotografia e o turismo. A visualidade que carrega articula-se entre indícios de representações, relações, formas de consciência coletiva e de maneiras de ver o mundo. Em Natal o fotógrafo Jaeci Emerenciano Galvão registrou as transformações urbanas e sociais, com foco nas intervenções que enfatizavam os centros urbanos como espaço social e de progresso; a natureza como espaço de contemplação e fruição. São imagens com questões sociais e culturais muito claras, já que a fotografia existe a partir de um processo de criação que consiste em escolhas e decisões sobre o que merece ser fotografado. Diante desse contexto a presente pesquisa investiga o papel das fotografias de Jaeci evidenciadas nos cartões-postais tendo em vista a inserção do turismo nos espaços da cidade. O arcabouço teórico que compõe as discussões a respeito do turismo, da paisagem, da cidade e da representação fotográfica nos cartões-postais está focado nas ideias de Schama (1996), Corbin (1989), Cosgrove (1998), Benjamin (1987), Kossoy (2003; 2006; 2009) e Souza Martins (2009). Metodologicamente o trabalho foi elaborado, através de pesquisa em acervos, jornais, levantamento dos cartões-postais, entrevistas e a análise iconográfica e iconológica proposta por Kossoy. Essa investigação contribuiu para interpretar e compreender a construção simbólica apresentada nos cartões-postais, ao qual conclui-se que os cartões-postais de Jaeci Galvão estabeleceram-se como elementos essenciais para a representação simbólica das paisagens turísticas em Natal.

Palavras-Chave: Turismo; cartão-postal; fotografia; paisagem; Jaeci; Natal.

ABSTRACT

The postcard is a medium that has gained popularity at the time that the picture was linked to its support. It circulated favoring mainly the views of the cities and composed a triad between landscape, photography and tourism. The visuality that loads is among signs of representations, relationships, forms of collective consciousness and ways of seeing the world. In Natal, the photographer Jaeci Emerenciano Galvão registered urban and social transformations focusing on interventions that emphasized urban centres as social space and progress and nature as a space for contemplation and enjoyment. They are images with social and cultural issues very clear, since the picture is from a process of creation that is all about choices and decisions about what deserves to be photographed. Therefore, the aim of this research by investigating the role of photographs evidenced in Jaeci's postcards, with a view to inclusion of tourism in the spaces of Natal and the visuality assumed in the context of their own identity. The theoretical framework that makes up the discussions about the landscape, the city's tourism and photographic representation in postcards emerged from the literature of Schama (1996), Corbin (1989), Cosgrove (1998), Benjamin (1987), Kossoy (2003; 2006; 2009) and Souza Martins (2009), which gave grants to interpret and understand the symbolic construction presented in the postcards. Methodologically the work was done through research in archives, newspapers, postcards of the survey, interviews, iconographic and iconological analyses proposed by Kossoy. At the end, it was concluded the Jaeci Galvão's postcards established themselves as essential elements for symbolic landscapes of tourism in Natal.

Keywords: Tourism; postcard; photography; landscape; Jaeci; Natal.

LISTA DE FIGURAS

1 MADONNA COM O CHANCELER ROLIM.....	25
2 <i>PATORAL LANDSCAPE</i>	27
3 <i>THE MILL</i>	27
4 NOTA: Jornal A Republica; Hotel Tyrol.	52
5 NOTA: Jornal A Republica; Movimento do Porto e Aeropôrto.....	54
6 NOTA: Jornal A Republica; Ensaio de Turismo	54
7 NOTA: Jornal A Republica; Viajantes.....	54
8 NOTA: A capital potiguara se renova	56
9 ROTEIRO TURÍSTICO DE 1960: Uma alegre e simpática cidade	59
10 REVISTA FATOS E FOTOS: Natal a Cidade do Sol	62
11 REVISTA FATOS E FOTOS: Turismo e indústria	63
12 REVISTA FATOS E FOTOS: Arte, folclore e cultura popular.....	63
13 REVISTA FATOS E FOTOS: Paraíso tropical.....	64
14 REVISTA FATOS E FOTOS: A Barreira do Inferno	64
15 REVISTA FATOS E FOTOS: Natal é a quarta cidade do Brasil.....	65
16 NOTA: Jornal A Republica nº 219	85
17 NOTA: Jornal A Republica nº 266	85
18 TRECHO DO LIVRO “O VELHO IMIGRANTE”	107
19 NOTA: “Cruzeiro do Sul”	127
20 NOTA: cidade de natal	127

LISTA DE FOTOGRAFIAS

1 SYLVIO PEDROZA: entrega do exemplar de História da cidade do Natal	55
2 VISTA DA JANELA DE LE GRAS: por Niépce.....	69
3 PRIMEIRO DAGUERREÓTIPO: por Daguerre	70
4 BAUDELARIE: por Nadar.....	75
5 BAUDELARIE: por Carjat.....	75
6 ISABELLA BURNS: por David Octavius Hill	77
7 PRAÇA ANDRÉ DE ALBUQUERQUE: 1904, por Bruno Bougard	84
8 CAMPO E IGREJA DO ROSÁRIO: por Bruno Bougard	85
9 RUA DAS VIRGENS: por Bruno Bougard	86
10 APARELHOS USADOS POR MANOEL DANTAS	90
11 AUTORRETRATO: Manoel Dantas e Dona Maria Francisca.....	91
12 REUNIÃO NA CASA DE JOSÉ MARIANO PINTO	91
13 JAECI GALVÃO E A REVISTA PHOTOGRAPHY.....	111
14 GENIPABU.....	112
15 A BARATINHA NA PRAIA DE PONTA NEGRA, 1943.....	116
16 BAILE DE CARNAVAL.....	118
17 ÓTICA JAECI, CINE, FOTO, SOM.....	120
18 ÓTICA JAECI: espaço interno.....	120
19 JAECI EMERENCIANO GALVÃO	122

LISTA DE CARTÕES-POSTAIS

1 PRAIA DO PINTO	129
2 GRANDE PONTO	130
3 CIDADE DO SOL	131
4 FORTALEZA DOS REIS MAGOS.....	133
5 VISTA AÉREA: Fortaleza dos Reis Magos	135
6 VISTA AÉREA: Fortaleza dos Reis Magos, nº 104	135
7 PRAIA DO PINTO	137
8 PRAIA DE PONTA NEGRA: Vista Morro do careca nº 38	138
9 PRAIA DO MEIO COM FAROL.....	139
10 HORTO MUNICIPAL Nº 44	140
11 PRAIA DE PIRANGÍ: Nº 82	141
12 BRASIL TURÍSTICO PRAIA DE PIRANGÍ.....	143
13 RIO POTENGI.....	144
14 PONTE DO RIO POTENGI.	147
15 O RIACHO DO BALDO	148
16 PRAÇA PIO X, Nº48.....	149
17 VISTA AÉREA DA CIDADE ALTA, DÉCADA 1950.....	150
18 VISÃO AÉREA CIDADE ALTA.....	151
19 AVENIDA DEODORO DA FONSECA.....	152
20 PARQUE INDUSTRIAL CONFECÇÃO GUARARAPES	153
21 AVENIDA RIO BRANCO	153
22 PRAÇA GENTIL FERREIRA.....	154
23 PRAIA DE AREIA PRETA	159
24 PRAIA DE AREIA PRETA PINTADO ARTESANALMENTE	160
25 AVENIDA ATLÂNTICA	161
26 ESTRADA DE PONTA NEGRA	162
27 ORLA MARÍTIMA DAS PRAIAS URBANAS	163
28 PAISAGEM DO MORRO DO CARECA	164
29 PRAIA DO FORTE	165
30 CENTRO DE TURISMO.....	166
31 HOTEL INTERNACIONA DOS REIS MAGOS.....	167
32 PRAIA DA MÃE LUIZA.....	168

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 VIAGEM AO ENCONTRO DA PAISAGEM	22
2.1 UM OLHAR PARA O PASSADO	22
2.2 A PAISAGEM COMO CATEGORIA DE ANÁLISE	29
2.3 A PERSPECTIVA CULTURAL	35
2.4 DA PAISAGEM À PAISAGEM TURÍSTICA	39
2.5 A CIDADE E AS SUAS VISTAS	44
2.5.1 Histórico das paisagens de Natal	47
2.5.2 Em Natal: centelhas de uma cidade turística	50
3 A FOTOGRAFIA NOS CARTÕES-POSTAIS	65
3.1 NOTAS PARA A FOTOGRAFIA	65
3.2 BREVE HISTÓRIA DO REAL LITERAL	73
3.2.1 A novidade aportou no Brasil	80
3.2.1.1 Breve histórico da introdução da fotografia na cidade Natal.	82
3.3 A FOTOGRAFIA NOS CARTÕES-POSTAIS	92
3.3.1 Os cartões-postais no Brasil	98
3.3.1.1 A Natal dos cartões-postais	100
4 JAECI: O fotógrafo das paisagens de Natal	102
4.1 <i>PETIT TOUR</i> NOS POSTAIS DE JAECI GALVÃO	102
4.2 JAECI: o fotógrafo da cidade	106
4.2.1 O florescer de um fotógrafo	108
4.3 JAECI E AS PRIMEIRAS PAISAGENS TURÍSTICAS	122
5 CENTELHAS DE UMA CIDADE TURÍSTICA NOS CARTÕES-POSTAIS DE JAECI GALVÃO	125
5.1 ORDENANDO A CIDADE DO SOL	126
5.2 “CIDADE TROPICAL”	131
5.3 “CIDADE MODERNA”	145
5.4 “CIDADE DO SOL”	155
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	169
REFERÊNCIAS	176
ANEXOS 01	185
ANEXOS 02	189

INTRODUÇÃO

A atividade turística tem dimensões expressivas no contexto da modernidade. É capaz de modificar toda uma estrutura socioespacial. Influencia no *habitat*, na política, na economia, nas paisagens, nas percepções, nas práticas, no cotidiano, nos desejos, entre outras dimensões da vida humana. Diante da amplitude do turismo como um fenômeno socioespacial faz-se *mister* entender às disciplinas que o analisam em relação ao seu tempo, sua sociedade e seu espaço. Considera-se necessário entendê-lo, para além de uma “indústria rentável” é primordial conhecer e examinar às nuances do seu contexto histórico, social e espacial. E é do processo de apreensão desse entendimento histórico, social e espacial que surge o interesse dessa pesquisa.

Para a compreensão das relações sócio-espaciais imbricadas no fenômeno do turismo nos são caros os conceitos de imaginário e ideologia. De acordo com o historiador Alain Corbin (1989), entendemos que imaginário é o arquivo de imagens construído em nossas memórias no decorrer da nossa existência - e o que é o turismo se não o consumo de imagens mediadas por diferentes ideologias? Cada cultura tem seus sentidos e significados imagéticos que nos servem para refletir sobre nosso relacionamento com as coisas, com as pessoas, enfim, com o mundo. São sentidos, percepções e valores armazenados que criam os imaginários sociais. Já na obra do filósofo inglês Terry Eagleton podemos observar a importância do conceito de ideologia como apto a criticar a realidade existente. Quando mecanismos de direcionamento utilizado na vida social escapam ao entendimento apreendido no cotidiano, existe a necessidade de se debruçar sobre a ideologia, como um conjunto complexo de efeitos discursivos, como um mapa simbólico ou um conjunto de imagens sobreposto nos caminhos. Ou seja, a ideologia pode ser uma dimensão norteadora, mediadora da apreensão dos signos e significados presentes em uma cultura, cujos princípios acabam sendo aceitos pelo senso comum como indiscutíveis, definindo na maioria das vezes o que é valorizado ou desvalorizado em termos de valores em determinado grupo humano.

A ideologia e o imaginário nos servem, nesse estudo, para interpretar às múltiplas relações que a atividade turística tem com a sociedade, entre elas a imagética. Das várias dimensões que se inter-relacionam com o turismo acreditamos que a imagem é uma das primordiais, liga-se ao turismo por meio das fotografias,

dos filmes, das lembranças, do imaginário individual ou coletivo e estimula os desejos de conhecimento de novas paisagens, direcionando a ideologias específicas da sociedade capitalista. Ainda no início da organização da atividade turística, que entendemos estar ligada ao modo de produção capitalista, as imagens circulavam, principalmente, por meio do cartão-postal. Meio de comunicação que quando vinculado à fotografia alcançou grande popularidade, espalhando vistas de paisagens, com elas, construiu imaginários e conceitos.

Os cartões-postais divulgaram as imagens fotográficas, em seu período de maior circulação e troca foram essenciais para constituição de um repertório imagético sobre as mudanças urbanas, econômicas e sociais que estavam ocorrendo na Europa. Uma tendência que se estendeu a outros continentes, conquistando as Américas e alcançando o Brasil. Essa fase destacou-se, principalmente, pelo papel pedagógico que a fotografia teve de formar o indivíduo e de transmitir símbolos como o de civilidade e progresso. Em circulação as fotografias de paisagens constituía-se em um complexo de imagens com efeitos discursivos que ora servem a “interesses” específicos, ora não servem.

José de Souza Martins (2009) exemplifica que a imagem fotográfica, que surge como uma técnica de registro do cotidiano, capaz de registrar sem interesses o fato em si, ao contrário, é recortada por diversos interesses; pois direciona o que vai aparecer no ambiente, construindo cenários que não são retratos do espaço fotografado, mas sim sua representação e memória fragmentada.

Para Kossoy (2009), a capacidade que a fotografia nos dá de problematização e compreensão de vários quadros da dinâmica social e dos processos que estruturam a sociedade no decorrer do tempo e do espaço é considerável. Logo, dos temas pertinentes que podem ser analisados pela fotografia e relacionados ao turismo, as paisagens reveladas nos cartões-postais nos chamou a atenção.

Das várias paisagens que circularam nos postais escolhemos as da cidade de Natal, o que acreditamos ter sido uma escolha ímpar para a observação do fenômeno do turismo, pela cidade ter em seu histórico um processo de planejamento urbano que pode ser considerado tardio – se comparado a outras capitais brasileiras mais desenvolvidas economicamente, e significativamente direcionado a atividade turística. O impacto do fenômeno nessa capital implementou rigorosas mudanças socioespaciais, onde as percepções que foram construídas em

relação às paisagens do sol e do mar auxiliaram no redirecionamento da dinâmica social local.

Dentre as articulações existentes que auxiliaram no processo de construção das paisagens de Natal, que emergem com o fenômeno urbano, entre elas o turismo, encontramos no cartão-postal um veículo potencial. Em sua história o cartão-postal sofreu várias mudanças, aliás, ele mesmo era um objeto que indicava as grandes transformações, principalmente nas noções de valores. Distribuía com rapidez, e ao olhar de todos, ilustrações e mensagens, abrindo um precedente, inclusive, para a exposição da vida privada: não havia mais o pudor dos envelopes.

Um dos maiores representantes desse meio de comunicação em Natal é o fotógrafo Jaeci Emerenciano Galvão, responsável também por ter arquivado iconograficamente meio século da memória socioespacial local. Natal/RN foi tematizada pelo olhar do fotógrafo Jaeci, destacada em formas socioespaciais que incorporaram-se e aceleraram-se após a Segunda Guerra Mundial.

No primeiro olhar que lançamos aos cartões-postais desse profissional, nossa visão limitou-se ao cenário mais aparente: a ênfase dada aos espaços urbanos, a civilização dos costumes e o avanço técnico material. Uma visualidade voltada à ideologia moderna e industrial de revelar uma cidade em vias de progresso econômico. O que nos era aparente era um contexto linear, em que parecia que somente após os incentivos políticos que envolvem atividade turística – principalmente, a partir da instituição da Política de Megaprojetos Turísticos, que surgiu na passagem das décadas de 1970 a 1980 e estava direcionada a impulsionar o desenvolvimento do turismo no nordeste – o olhar do fotógrafo incorporaria o litoral. Um deslocamento que sugere a mudança da representação do progresso para a representação do prazer. Contudo, o decorrer da pesquisa nos deu novos rumos.

Em uma análise mais atenta, cronologicamente delimitada em distintos acervos que contém os cartões-postais ilustrados pelas fotografias de Jaeci Galvão, observamos que: mesmo antes do marco sociopolítico que define a capital potiguar como inserida em um mercado turístico – período que entende a década de 1980, com as políticas nacionais de megaprojetos turísticos – as imagens dos cartões-postais que circulavam já exaltavam paisagens com os aspectos naturais, principalmente o litoral. Ou seja, essas paisagens já estavam inseridas em mediações mercadológicas. O que parecia não fazer sentido, já que não víamos na

história da cidade, antes do advento do turismo uma relação de valorização com a natureza, vale ressaltar que na primeira metade do século XX, Natal ainda mantinha suas construções urbanas de costas para o litoral. Essa observação modificou nossas perspectivas iniciais e nos colocou diante de uma questão, que não se refere ao entendimento do turismo como uma indústria capaz; ou não, de fomentar o progresso quando implantada em um local, mas envolve maneiras de entendimento desse fenômeno interligado a mudanças estruturais e socioespaciais instituídas pelo sistema capitalista de produção de modo mais amplo e bem menos evidente.

Transformações estruturais que implicaram na produção de mercadorias, subjetividades, imagens, concepções, símbolos e desejos capazes de produzir sistemas de apreciação e de representação de uma sociedade, no qual a atividade se relaciona de modo circular com outras dimensões em âmbito global e, conseqüentemente, local. Consoante a isso, podemos ainda afirmar que a atividade turística surge concatenada ao advento fotográfico e a circulação de cartões-postais em um universo de profundas mudanças sociais que ocasionaram o estabelecimento de uma sociedade responsável por significativa transformação nas percepções dos sujeitos.

Na tentativa de ampliar o horizonte de análises que envolvem o fenômeno do turismo e suas representações, valorizamos como objeto de estudo a fotografia dos cartões-postais do fotógrafo Jaeci Emerenciano Galvão, privilegiado socialmente em seu percurso profissional, responsável por ter construído meio século de memória socioespacial da cidade. E o período está circunscrito na atuação do fotógrafo, que iniciou sua construção imagética na década de 1940 e foi paulatinamente reduzindo sua produção após a década de 1980. De porte desse objeto procuramos responder as seguintes questões: Quais os elementos ideológicos que motivaram e materializaram a construção de paisagens turísticas, interligados a lógica moderna, que circulavam em cartões-postais oferecendo a cidade aos diferentes olhares? Seguindo com outras dúvidas, mais específicas, que devem ser respondidas para um entendimento mais amplo do contexto ideológico que se construía no local, questionamos ainda: qual a temática paisagística que era prioritária nos cartões-postais de Jaeci Galvão? Sabemos que havia entre os fotógrafos, ainda na primeira metade do século XX, uma preferência por paisagens urbanas, acreditando que Jaeci foi influenciado por essa lógica, perguntamos: como, quando e porque a paisagem da natureza foi incorporada em seus cartões-postais?

E, por fim: Qual o componente ideológico de destaque dessa paisagem natural e como se relaciona com o turismo?

Os passos teóricos e metodológicos dessa investigação envolvem pesquisas em jornais; mapeamento e visitas aos acervos fotográficos públicos e privados; identificação e visita aos colecionadores de cartões-postais para observação e captação do material; entrevista oral com agentes envolvidos com a história da cidade e com o fotógrafo; localização e estabelecimento de contato e visitas com o fotógrafo Jaeci Galvão e seus familiares; pesquisa bibliográfica; problematização conceitual e análise iconológica e iconográfica das fotografias que ilustraram os cartões-postais e auxiliaram na construção da imagem da cidade.

Em posse de mais de uma centena de cartões postais digitalizados de autoria de Jaeci Galvão, iniciamos o critério de seleção que se deu em várias etapas: primeiro com as exclusões, no qual foram descartados os postais com espaços da cidade que a princípio, não atendem a um interesse maior para as atividades turísticas e os cartões que revelam paisagens das zonas litorâneas, entre outras, abarcadas pela atividade turística, mas que geograficamente não compreendem o município de Natal. Muito embora algumas dessas paisagens contenham impressas no verso do cartão a localização “Natal-RN”, o que faz confundir paisagens próximas com as da capital. Como exemplo temos o caso da praia de Genipabu, hoje Extremoz, na época pertencia ao município de Ceará-mirim, entretanto se destacou como um dos cartões-postais mais famosos de Natal. Como segundo critério, separamos as diferentes décadas. No terceiro momento, relacionamos a quantidade de informações disponíveis, externas a editoração: queremos dizer que priorizamos cartões escritos manualmente, com dedicatórias, com selo dos correios, entre outras informações, que poderiam nos indicar seu período e espaço de circulação. Distinguimos os espaços com diferentes paisagens, quando essas pertenciam a um mesmo período, já que existem cartões que focam as mesmas paisagens, com fotografias tendo sido tiradas no mesmo período com diferenças mínimas de ângulo, esse quarto critério, se deu aleatoriamente, de acordo com o número de postais disponíveis em cada acervo.

Finalizada a etapa de seleção dos cartões-postais, nos restaram trinta e dois cartões, que representam e identificam paisagens que compreende zonas de interesse turístico nos diferentes espaços de Natal. Em suma, recolhemos décadas

diferenciadas e vistas distintas que focalizam os locais centrais da cidade e a sua zona litorânea, com acessibilidade para o turismo.

A maioria das datas indicadas nos cartões-postais são datas prováveis, sugeridas pelo próprio autor das fotografias e pelos colecionadores, pois não há nenhuma referência exata ao ano em que a fotografia fora produzida. Ao questionarmos o autor sobre o período das imagens, ele teve lembranças de datas aproximadas, associando-as a eventos experienciados por ele e correlacionando-as com o período da fotografia. De antemão, somos conscientes que todo critério de demarcação envolve, também, certa carga de subjetividade.

Iniciaremos a escrita dando ênfase as categorias de análise de maneira separada e cronológica, em diferentes capítulos. Faremos uma breve fundamentação teórica dos principais conceitos envolvidos no estudo, para só depois relacioná-los ao objeto de pesquisa, nos capítulos finais. Julgamos essa separação – que pode ser considerada cansativa, como necessária, já que a pesquisa institucionalmente direciona-se para a grande área de Ciências Sociais Aplicadas e nessa para o curso de Turismo, um campo do saber em recente construção e organização. Com essa divisão também atendemos o direcionamento dado por nossa banca de avaliação que acredita que as discussões apresentadas dessa maneira podem servir para muitos leitores como um norte. Após a apresentação e organização dos conceitos mergulharemos no objeto de pesquisa.

Visto a grande importância das paisagens para a prática do turismo e o fato dos cartões-postais carregarem em si uma paisagem, decidimos iniciar a escrita da pesquisa, no segundo capítulo – nesse momento a ABNT sugere que o primeiro capítulo seja com a introdução –, centrados na concepção da paisagem e no desenvolvimento dos seus conceitos. Em uma visão geral, ressaltamos seus principais aspectos, direcionando-os aos objetivos dessa pesquisa e chamando também a atenção para as questões ideológicas que as permeiam, visto que são produtos de múltiplos encontros e distintas relações, produtos de interesses, de escolhas e do aprendizado social.

No terceiro capítulo foi apreendida uma breve trajetória sobre o advento da fotografia, seus precursores e as maneiras com que foi absorvida pela sociedade. O vínculo que a fotografia desenvolveu com o cartão-postal, contribuiu para a expansão da imagem de diversas paisagens. Por meio dessa ligação, ideologias circularam, demonstraram as formas arquitetônicas em voga no momento de seu

período considerado áureo, no qual há um destaque para o seu caráter pedagógico, educativo e formador de simbologias. Esse meio de comunicação aproximou do Brasil a ideologia do “progresso” exterior, contribuiu com a adequação dos espaços urbanos, com a mudança dos valores sociais e econômicos que até então eram conhecidos. Em Natal, ajudou na construção de novos sentidos para a cidade. Uma nova experiência visual, de caráter majoritariamente formador, que direcionou o olhar público a sentidos específicos, considerando o destaque a determinados discursos e práticas.

O quarto capítulo da pesquisa envolve o percurso profissional de Jaeci Galvão e a relação das suas imagens com a capital em transformações. A experiência fotográfica que esse profissional desenvolveu nos espaços da cidade, que teve como temática recorrente as ruas e avenidas que se abriam, os monumentos, praças, prédios erguidos e as praias sendo dotadas de infraestrutura para receber o turismo. As apropriações imagéticas de Jaeci estão vinculadas a um conjunto de significações simbólicas presentes na sociedade do pós Segunda-Guerra, que delinearam novos tipos de relações e recepções imagéticas, inseridas no âmbito mercadológico de viagem e lazer.

O quinto capítulo é dedicado à descrição e a análise dos cartões-postais. Uma possibilidade de pensar o percurso dessas imagens foi por meio da iconografia e iconologia. Método de pesquisa sugerido por Erwin Panofsky (1892 – 1968), que realiza a interpretação dos objetos artísticos a partir da decomposição das imagens e da reconstituição do seu percurso espacial e temporal. Para Panofsky, apesar da aparência confusa, o mundo das imagens é ordenado e passível de ser apreendido. O autor identifica o universo das imagens por três meios de significação capaz de estabelecer relações de compreensão, que dependem, evidentemente, de um código comum entre o emissor e o receptor. O primeiro nível de interpretação inicia-se com o tema primário ou natural (pré-iconografia), é descritivo e identifica as formas básicas de uma expressão artística, pautadas na nossa experiência empírica do cotidiano; as expressões, as percepções e as formas animadas e inanimadas das matérias. Segue com o tema secundário ou convencional (iconografia), está no âmbito da composição, da união dos motivos artísticos e suas combinações ligadas aos assuntos e conceitos que manifestam significados, ou seja, são interpretações convencionais que demandam um conhecimento prévio. O terceiro nível de interpretação reside no significado intrínseco ou conteúdo (iconologia) que advém da

síntese e revela a historicidade de um período, atitudes de um grupo, crenças e classes sociais. Dirigi-se a interpretação por meio do método histórico, psicológico e crítico.

Panofsky nunca se deteve sobre a arte moderna e muito menos sobre a fotografia, cuja entronização ele testemunhou pessoalmente. Ausência que inspirou ao historiador Boris Kossoy (2003) adaptar seu método de interpretação das pinturas para a análise de imagem fotográfica, dividindo-a nos níveis de observação iconográfica e iconológica. Na iconografia temos a fase de observação, identificação e descrição dos “elementos icônicos formativos” da fotografia. E, com a iconologia, podemos apreender significados intrínsecos as imagens, que para Kossoy (2003) encontra-se nas entrelinhas. Sendo, para tanto, necessário que a interpretação seja alimentada através de outras fontes capazes de esclarecer sobre o passado ou que tragam vestígios sobre a atuação do fotógrafo.

Ao método de Kossoy, acrescentaremos os direcionamentos dados por José de Souza Martins (2009), no qual afirma que para além de representar ilustrações, congelamento de um dado momento ou um objeto compreendido a partir de si mesmo a imagem fotográfica é mediadora de interesses imersos no cotidiano social, traduzindo-se em expressão dinâmica do registro, um resultado de presenças e ausências que revelam as negações e contradições do mundo real, do mundo do trabalho, construindo a opção pela revelação do mundo do lazer.

É partindo desses conceitos e métodos que este estudo aborda a produção fotográfica de Jaeci Galvão, veiculada aos cartões-postais, verificando o processo de construção das visualidades da cidade de Natal. Tanto, para contribuir com o reconhecimento público do trabalho incansável do fotógrafo, autor de um dos mais completos acervos iconográfico da cidade, que além de ser a memória viva de um período singular da história de Natal, nos brinda com imagens que ainda tem muito a dizer às novas gerações. Quanto, para percorrer os caminhos que contemplam as ideologias dessas imagens sobre a cidade, no qual o turismo atua como agente central das novas configurações.

Poder conhecer a vida e a obra de um fotógrafo como Jaeci Emerenciano Galvão, mais que uma oportunidade, é um privilégio.

2 VIAGEM AO ENCONTRO DA PAISAGEM

2.1 UM OLHAR PARA O PASSADO

O conceito de paisagem é essencial para o melhor entendimento dessa pesquisa. E, um dos grandes mecanismos para a elaboração da paisagem é o olhar. A busca de novas paisagens com a diversidade e a pluralidade do olhar atribui os diferentes sentidos da intervenção humana que recaem sobre essa categoria. Sabemos que a apropriação humana dos elementos da natureza – pois a paisagem não está na natureza como tal –, nasce com a interferência do olhar e constrói o que chamamos de paisagem.

O historiador da arte e da cultura Simon Schama (1996), ao discutir o conceito em seu livro “Paisagem e memória” assegura que para o entendimento da paisagem é necessário que a natureza e a percepção humana sejam correlacionadas. Para o autor, um mesmo espaço estando diante de diferentes observadores, comportará sentidos e noções que podem variar. Diante disso, Simon considera o olhar que uma criança dirige para a paisagem em sua volta não ser o mesmo de um adulto. Nesse caso, mais complicadas são as lembranças de um adulto, os mitos e valores que carrega consigo, e afirma ainda: mais complexo e mais elaborado é o seu olhar.

A paisagem expressa os sistemas de valores culturais que são projetados em sua extensão, por seu caráter variável diante de um padrão social, temporal e espacial. O que possibilita diversas percepções no momento de sua apreensão, já que abarca sentimentos individuais e coletivos que vão resignificando-a em acordo com seu tempo social e espacial. O indivíduo ao se apropriar dos elementos da natureza com o olhar, com a narrativa, com a poética ou com as técnicas vai dando-lhe ao longo do tempo significados distintos. Schama (1996) observa que até mesmo as paisagens que parecem mais livres de nossa cultura, a um exame mais atento revelam-se como seu produto.

As paisagens da natureza, de acordo com o que conhecemos nos dias de hoje, tidas como: aprazível, paradisíaca, afrodisíaca, terapêutica, nostálgica ou relaxante é uma construção humana. É um conceito produzido a partir de um olhar treinado e culturalmente codificado. É uma interpretação marcada pelas atividades dos indivíduos em seu tempo e espaço de acordo com as suas dimensões culturais. Nós a definimos – em combinação com os vários signos que nos são

disponibilizados – quando a admiramos, porque o ato de olhar não é passivo. Esse procedimento se constitui em uma interpretação de acordo com o juízo que emitimos sobre o que enxergamos, ou seja, não é uma percepção passiva, mas uma construção mental da qual participamos de modo ativo, conforme afirma Corbin (1989).

Atualmente, nosso contexto social é permeado por diferentes tipos de apologias ao consumo, o que faz parte das mudanças sociais que desembocaram no atual sistema ocidental de produção; o capitalista. Essa sociedade é mercadológica, o que nos faz conviver com a mercantilização das coisas e, entre elas, as paisagens, produzidas para específicos consumos.

O desejo construído do ser humano de usufruir a natureza é fundamental para a construção das paisagens ditas “naturais”. Um dos maiores exemplos está na atividade turística, que instala um fluxo de deslocamento associado às pessoas que estão em busca de vivenciar o sentimento de harmonia com a natureza. Nessa atividade, de importância ímpar, para o entendimento de várias realidades socioespaciais, as paisagens, sobremaneira, destacam-se e constituem-se em mercadorias para serem vendidas e contempladas. É de fundamental importância, para compreendermos esse processo de apropriação da paisagem pelo turismo, entender que esse espaço ao qual atribuímos sentido transcende a ideia de um espaço físico, vai além de ser um palco para as tramas humanas. É um espaço social, que em sua dimensão histórica esteve interligada a sociedade de diferentes maneiras, sofreu distintas interpretações que auxiliaram nas construções de identidades e sentidos por meio de um processo contínuo e dialético (RODRIGUES, 2007).

Segundo Corbin (1989), na história do ocidente, nem sempre as “paisagens naturais” foram aprazíveis e dignas de deleite. No período histórico em que a natureza tinha sua interpretação correlacionada a explicação bíblica, a natureza constituía-se em uma fronteira entre mundos distintos: o conhecido e o desconhecido, o definido e o indefinido. Esses espaços de elementos naturais eram temidos e desprezados.

Um dos exemplos atuais de paisagem aprazível aos indivíduos e que passou por diferentes percepções humanas em seu processo histórico, é a paisagem do mar. O mar, marcado fortemente pelas interpretações bíblicas era visto como um grande abismo, indomável, inacabado e desordenado. Imerso em um

contexto em que monstros abomináveis e tempestades terríveis amedrontavam e povoavam o imaginário coletivo.

Dos principais livros deste período, sobre as teorias da terra, está o de Thomas Burnet, que descreve o fundo do mar como um terrível abismo de aspecto horrendo, que se não fosse coberto pelas águas, revelaria às pessoas o mais pavoroso espetáculo oferecido pela natureza (CORBIN, 1989). Nessa percepção o mar era um mundo submerso, obscuro, satânico e de imagens repulsivas, “uma paisagem tão hostil que nem mesmo a morte poderia ser pior, sua simples recordação propicia um terror tamanho que se torna um verdadeiro castigo descrevê-lo” (GALDINO, 2006, p. 09). Essas são interpretações sobre o mar que, até meados do século XVII, assombraram e povoaram a mente humana. Nesse cenário, as paisagens da natureza, aqui com referência ao mar, não eram percebidas como propícias aos seres humanos (CORBIN, 1989).

No ocidente, as primeiras representações da paisagem, apontam a emergência do seu surgimento como fenômeno, por meio de duas percepções que foram essenciais para o seu entendimento. A primeira, a laicização dos elementos naturais dos espaços sagrados. A segunda, a organização desses elementos naturais em grupos autônomos e coerentes. Alguns estudiosos desse tema, em foco, também assinalam que, o surgimento do conceito de paisagem está atrelado a uma ideologia conservadora de proprietários fundiários à beira do mundo moderno, mais especificamente no norte europeu (MENESES, 2004).

Enquanto gênero artístico, a ideia de paisagem se desenvolveu na Itália concatenada com o movimento renascentista e com o uso da perspectiva – técnica de domínio, controle visual e espacial, que impõe recuo, ponto de vista e visão objetiva – que buscavam imprimir o realismo e o naturalismo nas pinturas. O objetivo era representar os objetos com volume e espessura capazes de fornecer uma representação próxima à visão humana, construída por meio da ilusão espacial proporcionada pelo ponto central, que faz com que a dimensão espacial varie de acordo com o observador.

Logo, com a introdução da perspectiva, a cena ganha “uma construção espacial em profundidade” e, com sucessão de planos utilizados para completar a composição no qual “a natureza passa a cenário, onde são representados eventos ou fatos” (GASTAL, 2008, p. 4-5). Para o geógrafo Paul Claval (2004), a perspectiva revolucionou a visibilidade da paisagem ocidental no início do século XV. E, a

pintura flamenga de Jan Van Eyck, *Madona do Chanceler Rolin* (figura 1), foi decisiva na anunciação da observação da natureza. A perspectiva dada pela vista da janela isolou os ambientes interior e exterior, permitindo um enquadramento que deu autonomia à paisagem apresentada por trás da Virgem, um panorama com ruas, campos, florestas, transeuntes em escala diminuta, que convergem para o ponto de fuga que está no horizonte.

Figura 1 - Madonna com o Chanceler Rolin, 1433



Fonte: *Web Museum Paris*, <http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/eyck/>

As várias transformações que ocorreram, nesse período, nos diferentes âmbitos da vida humana, construíram novas práticas e representações (Chartier, 1990). Para corroborar com essa afirmação, podemos utilizar o pensamento de Douglas Santos (2002), para quem o espaço que construímos tem a ver com a nossa concepção de mundo, com a ideia de sociedade que temos e com a direção do nosso olhar. Assim, entender a pintura da paisagem renascentista é apreender que a realidade é também aquilo que se constrói por intermédio das nossas relações.

Vale destacar, que já no século XIII, havia uma corrente de artistas italianos que pintavam os elementos da natureza, mas como não conseguiram separar a pintura dos aspectos religiosos, o conceito de pintura de paisagem não foi atribuído a essas obras. Em compensação, em Flandres, Itália do século XV; na Holanda do século XVII e na Inglaterra do século XVIII, as escolas de pintura de paisagens desenvolveram-se buscando livrar-se de qualquer interferência religiosa;

porém, a representação do espaço trabalhado por esses artistas ainda estava sob a influência das escolas italianas do século XIII (ALVES, 2001).

Já no campo literário, os séculos XIV e XV, são ricos nas descrições de viagens às ilhas paradisíacas, cheias de imagens, cheias de mitos, interpretados a partir do entendimento que se tinha dos textos bíblicos. Com a descoberta do novo mundo, no século XVI, que causou um grande impacto no homem europeu que desconhecia toda essa realidade, novos sentidos começaram a ser construídos. Surge um novo continente, novos signos e com isso há toda uma revolução conceitual e um alargamento do mundo. Essas descobertas propiciaram o surgimento das literaturas dos viajantes que relataram esse Novo Mundo por meio de novos significados e de novas paisagens (COELHO, 1998).

Associado a esse cenário das novas descobertas, as transformações nas percepções do humano em relação à natureza, delineou-se mais profundamente quando a crença religiosa cristã foi adaptada ao movimento conhecido como Teologia Natural ou Teologia Física, entre os anos 1690 e 1730. A natureza, nessa ocasião, por meio das viagens de descobertas e das novas técnicas que permitiram o cultivo do campo em grandes áreas, começa a ser conhecida, domada e subjugada. Diante disso, é considerada um presente de Deus para os homens, um local digno e abençoado, passível de apreciação. É nesse momento, em que a observação empírica se sobressai. A natureza, nesse caso, passa a ser contemplada como espaço propício ao deleite humano e a sua paisagem – enquanto conceito estético – é apreciada como parte de uma construção cultural. Desta maneira, encontrar-se-ia o “prazer, até então desconhecido, de usufruir de um ambiente convertido em espetáculo” (CORBIN, 1989 p.35).

Conforme a investigadora do centro de estudos geográficos da Universidade de Lisboa, Tereza Alves (2001), a palavra paisagem em francês *paysage*, vem do radical medieval *pays* que designava lugar de origem. Foi utilizado pela primeira vez pelo poeta, cronista e músico Jean Molinet, em 1493, com o sentido de ‘quadro apresentando uma região’. Em sequência, Alves (2001) destaca que em 1549, o dicionário francês de Robert Estienne, aponta a paisagem como uma pintura sobre tela. No século seguinte, o dicionário de Antoine Furetière (1690), apresenta o termo para definir o aspecto de uma região, o território que se estende até onde a vista alcança, essa definição se próxima da utilizada nos dias atuais.

Em “Paisagem e Memória” (1996), Simon Schama vai mais adiante ao que a etimologia da palavra pode nos revelar: *Landschaft* tem sua origem na Alemanha medieval e provavelmente se originou de *land schaffen*, que significa ‘produzir a terra’. Surge tanto para representar uma unidade de jurisdição humana, a associação entre o sítio e seus habitantes, quanto para representar quaisquer coisa que pudessem ser aprazíveis em uma pintura. *Landschaft* originou o termo holandês *landschap*, que foi associado às pinturas de cenas de paisagens realistas do início do século XVII e após, as novas técnicas de representação renascentista. Essas representações se propagaram e viraram moda na Inglaterra do século XVII, onde muitos desejavam adquirir os desenhos dessas paisagens. Para designá-las usavam o termo *landschip* – ou *landscape* – que significava um segmento da pintura, direcionado a retratar tais cenários.

Essas representações eram bem mais poéticas do que reais, revelavam um espaço observado por um sujeito permeado de valores e crenças. No século XVII, as xilogravuras das paisagens campestres estavam em conformidade com a valoração do campo, que emergia nas paisagens desenhadas em toda sua poética. A paisagem ideal era a da terra cultivada, considerada bela em sua regularidade e produtividade, pois, ilustrava a ordem humana em relação ao mundo natural e desordenado. Usufruir das paisagens campestres era, inclusive, indicado como terapia (SCHAMA,1996).

Dos paisagistas dessa época destacou-se Claude Lorrain (1600-1682), francês que se tornou um ícone da estética pitoresca. Referenciava às subjetividades suscitadas diante da contemplação de uma bela e digna paisagem (figura 2 e 3). Foi ele quem, segundo Gombrich (1999, p. 300), “abriu os olhos das pessoas para a beleza sublime da natureza”.

Figura 2: *Pastoral Landscape*, 1645



Fonte: Acervo Claude Lorrain. Em: www.claudelorrain.org

Figura 3: *The Mill*, 1645



Fonte: Acervo Claude Lorrain. Em: www.claudelorrain.org

Outro pilar das representações paisagísticas seiscentistas foi Henry Peacham, que escreveu o célebre livro de emblemas “*Minerva Britannia*”, onde ensina a arte do desenho paisagístico. As xilogravuras desenvolvidas por Peacham cruzaram séculos e serviram como protótipos de variados quadros, cartazes, fotografias e cartões-postais, onde as representações paisagísticas, além de designarem um produto da arte e uma manifestação espacial por excelência, relacionaram a paisagem e a natureza como sinônimas. Peacham, em seu manual de desenhos, deixou clara a dimensão poética que esses espaços deveriam ter ao serem reproduzidos ou vislumbrados. Procurou destacar que “a vida campestre deveria ser valorizada como um corretivo moral contra os males da cômte e da cidade; e, sobretudo, pela proclamação da estupenda benevolência do criador” (SCHAMA, 1996. p. 23).

O historiador Gombrich, faz referência a esse aspecto ao apresentar um guia turístico da Inglaterra do século XIX, que já inserido em um contexto mercadológico de valorização da natureza, fazia ofertas tentadoras aos que se propusessem a embarcar nas viagens paisagísticas. O guia promete que: o turista verá no Lago de *Coniston* paisagens “com os delicados toques da pintura de Claude”, segue oferecendo as águas de *Windermere* que dará ao visitante “acesso ao senso de nobreza do pintor Nicolas Poussin” (um dos maiores representantes do classicismo no século XVII). E, o Lago de *Derwent* proporcionará um encontro com as magníficas ideias românticas de Salvador Rosa (MENEZES, 2004, p.34).

Esse cenário entusiasmado com a natureza vai construindo o desejo de vivencia-la. A paisagem natural promulgada nas dimensões artísticas, como na literatura; na música e no teatro, ajudou a delinear diferentes espaços. A construção de símbolos sob as paisagens impuseram sentidos que contribuíram com a instituição de determinadas fronteiras. Como exemplos, os movimentos políticos de nacionalismo e as pretensões de demarcação territorial, que além de servirem de elementos aglutinadores na criação de identidades, foram responsáveis por trazer à tona novas paisagens, ao mesmo tempo em que usavam essas paisagens para legitimar territórios, culturas e estereótipos. Espaços simbolicamente demarcados, que só após serem submetidos aos conceitos humanos tornam-se visíveis e cheios de sentidos. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2006).

Percebemos então, que para enxergarmos uma paisagem, não bastam os elementos da natureza dispostos ao nosso olhar, sobrepostos em um espaço.

Devemos antes, encontrar nesses elementos visíveis, nessa natureza demarcada, condições para que certo conteúdo chame a nossa atenção (SIMMEL, 2009). Nesse caso, não podemos perder de vista que somos: indivíduos e paisagem, obras culturais das nossas percepções que cria e delimita espaços. A busca do ser humano pela natureza pura, como um espaço isolado em si, para seu refúgio é impossível. Sabemos que esse desejo só nasce, só ganha forma, porque a natureza e o humano são elementos intrínsecos; criamos a natureza e ela existe em nós (SCHAMA, 1996).

Diante do seu processo histórico a paisagem revela-se como uma produção contextualizada socialmente. Fruto da arte, do olhar treinado, da estética, de um modo de produção e da ciência. Como veremos adiante.

2.2. A PAISAGEM COMO CATEGORIA DE ANÁLISE

Nenhum conceito é estático. Qualquer tipo de conceituação está ligado às diferentes maneiras do indivíduo se apropriar do mundo. Assim, a paisagem, como um conceito humano envolve várias dimensões: no âmbito cultural pode ser interpretada por meio de diferentes olhares, de acordo com os diversos códigos culturais existentes em um determinado grupo; no domínio sócio-histórico as construções humanas de forma significativa adotam diferentes critérios de entendimento, que variam de acordo com o tempo e o espaço; e, na busca de um entendimento da paisagem em seu aspecto físico, na sua condição “natural” a ênfase recai sobre as múltiplas relações entre os elementos naturais (relevo, clima, vegetação, solo, hidrografia e geologia).

Foi na mediação entre o olhar, a natureza e a pintura que o sítio adquiriu o *status* de paisagem. E, a paisagem, essa construção histórica, é também motivo de várias discussões entre as diferentes áreas do conhecimento científico. Variadas disciplinas enfocam a paisagem como parte dos seus projetos e debates: a Arquitetura, a Antropologia, a História, as Ciências Sociais, o Turismo, entre outras, com um destaque especial para a Geografia, que tem no conceito uma das categorias de análise fundante da construção do seu conhecimento.

Convém assim, diante das veredas que o termo percorre nos termos nos sentidos atribuídos pelo campo geográfico, visto a importância que a paisagem exerce no percurso da disciplina. Principalmente, por ter sido atribuída a paisagem o

papel de articuladora entre os saberes humanos e os saberes da natureza (MENESES, 2002). O campo do estudo do geógrafo é a paisagem, caracterizou Pierre Monbeig na década de 1930 (MONBEIG, 1940), ao dissertar o grau de importância da paisagem, como objeto de estudo da geografia. Desde os fins do século XIX, e princípio do século XX, a paisagem como categoria de análise desempenha um papel expressivo para a disciplina geográfica. Primeiro, o conceito surge envolto por uma carga romântico-naturalista, associada à composição dos elementos naturais; e posteriormente foi entendida como resultado das relações do indivíduo com a natureza, tendo sido o primeiro tema contemplado pela perspectiva da geografia cultural (MÉLO, 2010).

De acordo com Milton Santos (2004), a geografia como ciência, desenvolveu suas bases em um círculo fechado de ideias influenciadas pelo idealismo e positivismo que se impunha à época. Momento em que a metafísica newtoniana e a teoria do evolucionismo de Darwin, foram de alcance sublunar na história das ciências. Santos (2004, p. 48), acrescenta que o resultado dessas influências desembocou em um “determinismo mal dirigido”, que associava as localidades e seus povos a uma perspectiva de evolução das espécies e de suas culturas.

A herança positivista e idealista, que nesse período era dominante, se impôs às bases científicas da geografia. Tal fato se dá em função, principalmente dos seus fundamentos filosóficos. Esses fundamentos entre o final do século XIX e início do XX, teve como alicerce Descartes (1596 - 1650), Kant (1724 – 1804), Darwin (1809 – 1882) e Comte (1789 – 1857), além das influências de Hegel (1770 – 1831) e Marx (1818 – 1883), que estão claras nas obras dos grandes clássicos da geografia como Ratzel e Vidal de La Blache (SANTOS, 2004).

Horácio Capel (2004), ao dissertar sobre as raízes da ciência geográfica, acrescenta como essenciais ao entendimento de suas bases as obras de Humboldt. O autor considera que as obras desse estudioso, são influenciadas pelo racionalismo francês, idealismo alemão e pelo positivismo. Destaca ainda, essa influência, no campo da geografia física, que por meio do método comparativo, direcionava suas análises em busca de leis gerais capazes de explicar o funcionamento do mundo. Humboldt comparava sistematicamente as paisagens do setor que estudava com distintas paisagens de outras partes da Terra. Era uma

geografia com fins bem mais políticos e ideológicos do que propriamente, dito, científicos¹.

Antes de continuarmos o percurso de edificação da geografia como ciência e da apropriação da categoria paisagem como seu objeto de análise fundante, precisamos entender o contexto e, conseqüentemente, a consciência coletiva imersa na época. O objetivo dessa retrospectiva é possibilitar um entendimento maior da conjuntura em que a geografia sagrou-se e assim facilitar a compreensão do conceito de paisagem e suas nuances.

O século XIX, chamado de século das luzes ou do iluminismo, destaca-se pelo incremento científico e tecnológico, pelo apogeu da revolução industrial, inserção do modo de produção capitalista no ocidente, momento de empolgação proporcionado pelo espírito de crença no progresso. Período que, também deu ao mundo às ciências políticas, a sociologia, a antropologia cultural, enfim, as ciências humanas como um todo, separando-as das ciências ditas da natureza ou exatas.

O iluminismo foi um movimento decorrente de todo um processo de transformação, teve suas raízes com o renascimento, desde o século XV, que assinalou claras mudanças no âmbito literário e intelectual. As novas formas de apreensão do mundo que surgiram decorrentes das grandes navegações, das descobertas de novas terras, técnicas e de novas culturas proporcionaram às primeiras fissuras em relação ao pensamento decorrente da sociedade medieval.

A reforma religiosa, um processo importante de transformação de mentalidade, encontrou seu apogeu no século XVI. No século XVII, a filosofia cartesiana alterou a imagem que se tinha do mundo. O século XVIII foi responsável por salientar a racionalidade, que passou a ser o eixo central do indivíduo. E, o século XIX, abalizou essas transformações. Consolidou o discurso cientificista e positivista com suas regras de classificação e hierarquização. A razão, de acordo com o iluminismo, era a faculdade mais importante nos seres humanos e presidia todas as outras. A busca da razão se traduzia na única possibilidade das pessoas encontrarem respostas coerentes, de chegar ao que acreditavam ser o núcleo gerador de todas as coisas. Para o projeto iluminista, havia a possibilidade de tudo

¹ Mas, vale chamar a atenção para o fato que Capel expressa à contribuição das obras de Humboldt para a geografia moderna, no entanto, alega que Humboldt não queria fundar uma geografia moderna e sim estabelecer com a sua física do mundo, uma ciência nova que nada tinha a ver com a geografia de sua época.

ser despido de ideologia por meio de análises e classificações racionais (CASSIRER, 1992).

Nesse novo universo de descobertas e transformações, uma verdadeira revolução científica e epistemológica foi produzida. Transformações que jogaram “luzes” sobre alguns objetos e “escuridão” sobre vários outros. A consciência de que a humanidade caminhava a passos largos para o que idealizaram como o progresso – o que seria um caminho em direção a coisas mais elevadas, apoiada pela objetividade do conhecimento científico – era central e alastrou-se por diversos âmbitos da sociedade. O século das luzes fez da ciência a grande religião, buscou interpretar o mundo por intermédio do conhecimento exato e do método empírico. Ou seja, uma mudança na forma de observar as coisas do mundo, influenciada, sobremaneira, pela teoria newtoniana, que constrói uma natureza de leis metafísicas, imutáveis, naturalizadas, universais e mecânicas.

É diante desse contexto, que a geografia busca firmar-se como ciência pensando os espaços como algo dado apriori, a-histórico e prévio a experiência humana. De tal modo, o determinismo ambiental foi o primeiro paradigma a caracterizar a disciplina no século XIX. O ambiente analisado pelos pressupostos da metafísica era tido como condicionante ao comportamento do indivíduo, um espaço existente fora do ser humano (SANTOS, 2002).

Somente no final do século XIX, o tempo começa a entrar na natureza, favorecido pela teoria da evolução das espécies de Charles Darwin, que passa a influenciar as demais ciências. No caso particular da geografia, o determinismo ambiental, apoiado no darwinismo social, impôs a associação dos locais aos seus povos e a perspectiva de evolução das espécies e de suas culturas. O humano, após esse momento é introduzido nas discussões e análises acadêmicas, porém é visto como uma espécie animal que busca se adaptar e controlar o meio natural (SANTOS, 2002).²

Diante da abordagem do determinismo social a paisagem é consolidada como objeto de estudo científico, porém minimizada a condição de um achado visual disposto em suas partes constituintes. Intrincada à concepção funcionalista que a concretiza como objeto de estudo científico a paisagem é disposta em três diferentes

² Para um entendimento maior da concepção moderna de espaços ver SANTOS, Douglas. **A reinvenção do espaço**: diálogos em torno do significado de uma categoria. São Paulo: Ed. da UNESP, 2002. O autor faz a trajetória das diferentes concepções de espaço.

estágios da natureza de seus elementos. Em sua primeira natureza é constituída por si mesma, um espaço determinado pela ordem natural das coisas (a natureza selvagem). Em sua segunda natureza, o funcionalismo a entende como uma construção possível devido às estruturas emergentes do mundo capitalista, ou seja, tudo funcionava dentro de uma estrutura. Planejada pelas mãos dos indivíduos, transformada em economia e sociedade, como os campos cultivados que visam atender às demandas fábrico-industriais. E, em sua terceira natureza a paisagem é visualizada por meio dos seus elementos naturais domados, nos grandes jardins, nos aprazíveis espaços públicos, nas fontes e nas pinturas (NAXARA, 2004). Logo, o que se revela é um empirismo racionado por meio da observação sistemática dos seus componentes, que associa seus povos e locais a perspectiva eurocêntrica da evolução das espécies.

Apesar da dominância das ideias descritas o contexto intelectual da época não pode ser considerado homogêneo. Existiam os embates e os questionamentos em relação à ciência praticada. No momento de ebulição que a França vivia, fazia-se *mister* repensar o espaço geográfico. Nesse contexto, o cientista francês Vidal de La Blache, opondo-se ao darwinismo praticado, construiu a sua teoria buscando deslegitimar o determinismo espacial e a concepção mecanicista das relações entre os homens e a natureza. Em sua visão de mundo, o indivíduo passa a ser pensado relacionando-se com o seu meio. O geógrafo reconhecia que o ambiente exercia influências sobre o indivíduo, mas esse de acordo com as condições técnicas disponíveis seria capaz de exercer influência sobre o ambiente (NAME, 2010).

Nesta dimensão, definiu-se ainda a relação entre o indivíduo e a natureza, na perspectiva da paisagem como o objeto da geografia. Todavia, sem se desvincular totalmente do pensamento vigente, La Blache utilizava-se também de modelos evolutivos para explicar o relacionamento entre as regiões. Diante disso, pensava a intervenção que os espaços tinham sobre a ação humana e as transformações que os indivíduos eram capazes de fazer nesses espaços. Partindo desse ponto de vista diz que “a sociedade se resume as lutas contra os obstáculos. E as pessoas compartilham um produto comum que é fruto da experiência coletiva”, visto a importância que o teórico dá a interferência das ações humanas nos espaços, considerando as pluralidades da vida social como instituintes dos espaços

(LA BLACHE, 1955, p.12). Relegou o estudo das relações sociais e seus efeitos, mas sem incorrer diretamente no determinismo ambiental (CORRÊA, 2003).

A teoria de La Blach continuava a instituir em grande parte, um apanhado de elementos conectados e destacados pela singularidade da natureza frente a sua localização geográfica. Sendo assim, a paisagem compreendida por intermédio da análise de seu estágio evolutivo exaltava a sua forma e conteúdo, confundindo-a com a noção de região (MÉLO, 2010). Sobre esse caso, Name (2010) salienta que as análises de La Blach, só deixava o conceito de paisagem implícito pelas noções de forma e de fisionomia que essa deveria representar.

Os clássicos da geografia seguem traduzindo a paisagem por meio de seu conteúdo material. Em praticamente todas as abordagens do século XIX e início do século XX, as paisagens estão encadeadas nas ideologias das sociedades que pertencem, são espaços demarcados pelas finalidades culturais, econômicas e políticas em voga, com o intenso determinismo que se destacou na época.

Contudo, as mudanças que marcaram o início do século XX nas ciências, como o surgimento da psicanálise freudiana, a descoberta da teoria da relatividade e as próprias análises geográficas desenvolvidas de forma mais relativa foram expressivas revoluções do pensamento. A efervescência ocasionada pela fé no progresso, vislumbrada no momento antecessor, foi substituída pelas grandes incertezas, contradições e ambiguidades. Diante disso, percebe-se insegurança na própria concepção do conceito de paisagem, concatenado a complexas visões, ora aparente em relação a sua subjetividade, ora buscando realçar a objetividade de seus elementos. Assim, novas perspectivas foram abertas em relação aos estudos que abraçaram a paisagem como objeto da geografia e entre elas está à perspectiva cultural.

A par das distintas opiniões em relação ao conceito de paisagem, da necessidade de um olhar menos factual, capaz de abranger o fenômeno em suas variantes e da importância da resolução metodológica na disciplina geográfica enquanto ciência positiva, Carl Sauer, propôs, em seu artigo, *A morfologia da paisagem* (1925), apreendê-la em seus diversos aspectos de materialização, pensamentos e ações humanas. Para o autor, era necessário admitir a subjetividade existente nas qualidades estéticas da paisagem e incentivar os estudos culturais que se dariam por intermédio da ação humana diante dos processos sócio-históricos consubstanciados na paisagem enquanto realidade geográfica (SAUER, 1925).

Descendente de uma sólida formação naturalista a definição de cultura de Sauer é supraorgânica, ou seja, entendia a paisagem como capaz de influenciar as ações do indivíduo, externo à paisagem. Assim a paisagem seria a composição de elementos naturais capaz de dar a ver os saberes que constituíam sua natureza material. Essa materialidade quando integrada aos saberes do indivíduo manifestava as formas culturais que haviam sido efetivadas em sua base espacial (NAME, 2010). Nesse sentido, Sauer teorizava a cultura numa perspectiva objetivada da ação humana, capaz de transformar um objeto e estabelecer com ele, uma relação, encadeada à estrutura morfológica da paisagem.

Dessa maneira, na teoria de Sauer, a paisagem foi priorizada por meio de uma perspectiva material. Direcionamento que fragilizou sua geografia cultural, pois negligenciou uma diversidade de representações efetivada nesse âmbito. Contudo, é importante salientar que pensamentos capazes de aferir sentidos aos lugares e aos fenômenos espaciais germinaram a partir das reflexões de Sauer. Daí floresceu os primeiros rebentos de um pensamento sociocultural geográfico. As perspectivas lançadas admitiram novas possibilidades em relação ao entendimento da cultura e da própria paisagem, possibilitando análises e questionamentos que trouxeram a diversidade de signos, de representações e de padrões estéticos à tona.

O itinerário ofereceu novas perspectivas: as distintas formas de relação com o tempo e com o espaço, a interpenetração disciplinar, a multiplicidade de signos que passaram a marcar os lugares e a interferência de novos meios de comunicação. Essas, entre outras transformações, que pululavam no âmago das discussões científicas, possibilitaram que o de conceito paisagem fosse retomado mediante seu universo de signos, de dispositivos e de representações.

2.3 A PERSPECTIVA CULTURAL

A Geografia ao colocar o indivíduo no centro das questões buscou atribuir novos sentidos à analogia correspondente entre natureza e cultura. Até porque tudo o que nós humanos fazemos é ao mesmo tempo natureza, subjetividade e cultura. Não há a possibilidade de interpretação dos processos culturais, se não, pela captação da intersubjetividade. Assim, na geografia das últimas décadas do século XX, houve um esforço para firmar novos alicerces capazes de incluir o estudo da construção da subjetividade, por meio dos sentidos, das sensações, das percepções, da comunicação e da construção de identidades (CLAVAL, 2001).

Convictos de que a geografia é cultura, a perspectiva cultural que a disciplina engendra abre múltiplas possibilidades para a apreensão das práticas, das representações, das sensibilidades, das percepções e dos discursos que são transportados e materializados nas paisagens. Acerca dessa questão, Claval (2001) conclui que as diversas operações que orientam, circunstanciam e significam as funções atribuídas ao espaço/tempo na vida dos seres humanos, materializam e direcionam os símbolos e as camadas de sentidos dados à paisagem.

A paisagem, nesse caso, é perpassada por diferentes superfícies, sobrepostas por distintos discursos e relações sociais retidos em seu espaço, que a (re) significa como um suporte de representações. São malhas que se apresentam diante de nós enquanto textos a serem lidos, questionados, compreendidos por meio dos sentidos que produzem e que as constroem em diferentes códigos. Consoante, o geógrafo cultural Augustin Berque (1998, p.85) correlaciona à paisagem a “uma marca, pois expressa uma civilização, mas é também uma matriz porque participa dos esquemas de percepção, de concepção e de ação – ou seja, da cultura –.” Nessa mesma linha de pensamento, James Duncan (2004), corrobora com o sentido metafórico da paisagem ser ‘lida’ como um ‘texto’, investido de sentidos. Logo, os discursos que deambulam pelas paisagens não passam impune por seus espaços, enche-os de vida. E, ao mesmo tempo em que são construtores de várias outras paisagens, comportam variados ‘subtextos’ com significados correlacionados ao seu sistema cultural.

Em suma, Berque (1998) procura interpretar os sentidos e os códigos operantes manifestados pelos grupos em relação à percepção das paisagens. Nessa realidade, a ideia matriz visualiza a paisagem, para além da sua estrutura morfológica aprendendo-a por meio de uma perspectiva cultural, mais apta a abarcar as diferentes subjetividades que a circunscreve. Essa análise, que envolve o contexto atual da geografia cultural, prioriza a diversidade de sentidos que serve de argamassa para a construção das paisagens. Nessa acepção, Duncan (2004), aproa nas subjetividades que envolvem a paisagem, interpretando-as como textos criativos, permanentemente reinventados através do seu processo de interação com as várias camadas que a recobre. A intertextualidade que o autor relaciona à paisagem revela-se como significados de realidades atribuídos aos diferentes meios de representação que recaem sobre seus elementos.

Nesse âmbito, a geografia cultural chama a atenção para os diferentes mecanismos de representações que investem a paisagem de sentido por meio de uma multiplicidade de representações que instituem, constituem e materializam-nas práticas.

A produção dos sentidos no espaço e a centralidade da linguagem nos debates acadêmicos, também ganharam forma com os teóricos influenciados pela hermenêutica ocidental. Entre eles o filósofo Paul Ricouer, o semiólogo Roland Barthes e o historiador Michel de Certeau que foi um dos que exerceram influência significativa entre os estudiosos da geografia cultural (NAME, 2010). Certeau fornece as condições para o entendimento das relações entre história e espaços, no momento que analisa os espaços por meio das práticas e representações que o “orientam, o circunstanciam, o temporalizam e o levam a funcionar em unidade polivalente de programas conflituais ou de proximidades contratuais.” (CERTEAU, 2005, p. 202).

Assim, a construção dos sentidos existentes nos espaços é dada pela linguagem que concilia as relações que nele se desenvolvem. O que conecta a compreensão da paisagem ao que seria uma análise textual, composta por códigos culturais que servem de referência a uma leitura analítica em busca das experiências humanas. Essa é uma das grandes contribuições de Certeau (2005), dar a ver um caminho capaz de iluminar as narrativas que constituem as várias camadas que sobrepõe à paisagem. O que possibilita o resgate de suas diferentes formas de visualidades. É desse modo, que as representações existentes nas paisagens direcionam a leitura das experiências humanas que nela se firmaram.

Estabelecida como uma elaboração carregada de representações, as visualidades que a paisagem oferece, configuram-se por intermédio da carga cultural de quem a vê, de quem a pratica e a significa. As marcas dos grupos sociais que a incorporam, envolvem práticas aonde o entendimento vai além das duplas sujeito/objeto e natureza/cultura. E, acionam sistemas de reconhecimento dos elementos que correlacionam-se em sua constituição (MENESES,2002).

Ao observarmos uma paisagem só somos capazes de interpretá-la mediante códigos culturais. Para vê-la atuamos com os diversos signos acumulados no decorrer do processo de interação sócio-espacial, que operam conforme a experiência individual e coletiva, tornando-a legível ao nosso olhar. Igualmente, as representações paisagísticas nos conduzem a um emaranhado de criações,

construções e registros humanos. Tais registros que tornam legíveis os diferentes significados que a constituem enquanto uma representação social visível.

De maneira idêntica, o olhar é uma condição essencial para a sua existência cultural, é uma maneira elaborada de percepção de um determinado recorte espacial. Ademais, “não há paisagem sem um observador” como afirma o historiador Ulpiano Meneses (2002, p. 32), em uma significativa análise cultural que elabora sobre a paisagem. Outrossim, a paisagem enquanto representação deriva da apreensão do olhar e da seleção de um enquadramento que comporta aspectos subjetivos. Ou, retomando Simmel [2009 (1913)], para que tenhamos consciência de uma paisagem é necessário que um conteúdo espacial cativa o nosso espírito. A subjetividade do olhar aparece, desse modo, permeada por conceitos e representações simbólicas que permitem a fruição dos “elementos da natureza” como paisagem.

Em outras palavras, a associação da paisagem à imagem está no âmago do seu conceito, esse processo existe, desde o surgimento da representação paisagística nas obras de arte do ocidente, como consequência do uso da perspectiva (assunto já discutido anteriormente). Com efeito, no mar de imagens que solidificam os conteúdos, as formas e as simbologias da paisagem, vale destacar o valor da fotografia que tornou-se uma das principais formas de reprodução imagética, relacionando-se, intimamente, com o sentimento humano.

Com destaque, para o seu papel principal de fixar às realidades através de um processo de montagem e seleção frente a uma sociedade em constante transformação a fotografia é uma das representações que mais cristalizou espaços (SONTAG, 2004). Por consequência, assinala-se como registro de “visões nostálgicas, modelares, quintessências, arquetípicas,” circunstanciadas nas espacialidades, memórias, ideologias e cultura, que se faz presente em toda a dimensão social (MENESES, 2002, p. 36) e que a revela como significativa e análoga ao fenômeno do turismo. Por sua vez, como suporte da fotografia destacou-se o cartão-postal que pela imensa capacidade de circulação carregava e difundia as diversificadas ideologias que se sobrepunham nos espaços representados.

As imagens e sentidos acumulados em uma fotografia dão a ver as centelhas de um instante passado, perpassados pelo plano estético de uma época. Como permite entender Kossoy (2001), imagens selecionadas para o devido registro, que demarcam as narrativas sociais por meio de três momentos essenciais:

a intencionalidade de captar um instante pelo emissor e, ou receptor; a operação técnica que materializa a imagem; e, por fim, a trajetória percorrida pela imagem, desde os significados impostos em suas bases até as diferentes maneiras de preservá-la. Logo, sua expressão é a de uma realidade documental, sua segunda realidade, que está ancorada em aparências a serem decifradas e caracterizadas pela compreensão do seu momento histórico.

Toda paisagem carrega em si uma imagem e toda imagem fotográfica que carrega em si uma paisagem cristalizada “informa sobre o mundo e a vida, porém em sua expressão e estética próprias” (KOSSOY, 2001, p. 152).

2.4 DA PAISAGEM À PAISAGEM TURÍSTICA

As pessoas projetam uma imagem e acreditam no que constrói-se como belo, harmonioso, prazeroso, desagradável, sobrenatural ou emocional. As características nesses adjetivos existem e tem coerência quando em analogia com um contexto sociocultural no qual a dimensão da essência humana se expressa de acordo com os sentidos dados a esses adjetivos, culturalmente elaborados.

No caso das paisagens, representadas pelas fotografias, manifestam os padrões estéticos, os desejos e as visões de mundo pelas quais um dado contexto histórico é representado. De acordo com Schama (1996, p. 18), uma profunda abstração transforma os espaços em experiências humanas, “mas, é claro a natureza não faz isso. Nós fazemos”. Em busca de elucidar melhor a interferência da simbologia humana para conceituar o que se apresenta, o autor ressalta que a paisagem é uma invenção sócio-histórica carregada de intenções. Isso se dá, de tal maneira, que o ato de apropriar, mencionar e invocar determinadas paisagens envolve, inevitavelmente, a perspectiva sociocultural e, dilui qualquer possibilidade de neutralidade.

Mutações profundas ocorreram em relação às experiências com certos elementos da natureza. O olhar dos naturalistas, dos viajantes, entre outros, construíram as diferentes maneiras de praticar e sentir as paisagens. Novas visibilidades foram lançadas, desde o desenvolvimento da perspectiva que selecionou, enquadrou e constituiu visualidades em relação à compreensão da paisagem, que após percebida passou a ser operada, em acordo com seu lugar social, no decurso de seu processo histórico. Da paisagem campesina à urbana, das paisagens montanhosas às paisagens litorâneas a sociedade moderna é produtora.

Essas, depois de recortadas, ganham destaques pelas representações atribuídas a seus elementos naturais. São visibilidades e dizibilidades, associadas à estética em voga, que orientam valores, interesses e concepções que produzem práticas.

Das Representações e práticas constituídas em relação aos espaços e seu entorno, que recortados constituem-se em paisagens, destaca-se os espaços de fruição e lazer. *A priori*, só foi possível pensar em lazer, diante do gozo do tempo, em contraposição as horas de trabalho, orientado pela organização econômica capitalista. E, em princípio, organizadas e equipadas para atender os anseios e necessidades das altas camadas da sociedade, da aristocracia. Paisagens transformadas em espaços dotados de uma carga simbólica, um *status* social para quem o pratica.

A apropriação das paisagens da natureza, como espaço de regozijo, iniciou-se basicamente no século XVIII em consonância com os signos que lhe conferiram nobreza, beleza e poder. Símbolos que a cotejaram de valores espirituais, a conformaram como espaços de tranquilidade, conferiam-lhe *status* e moldaram-na como pitoresca. Investida desses valores, suas cercanias acomodaram às práticas dos viajantes, que faziam migrações sazonais em busca de: desfrutar a doçura do clima de determinado tipo de paisagem; apropriar-se dos ares terapêuticos das paisagens litorâneas e; lograr da sublimidade que a paisagem montanhosa era capaz de oferecer. Trata-se de uma fruição estética e lúdica da paisagem (BOYER, 2003).

O olhar romântico que esse momento exalta sobre a natureza produz, então, sentidos e práticas. E, podemos citar como uma das buscas significativas da estética de paisagens consideradas grandiosas, ainda em inícios do século XVIII, as experiências do *Grand Tour*. Um *tour* na Europa Ocidental, que originou-se e desenvolveu-se na Inglaterra, distinguindo e transmitindo valor a seus participantes. Prática, que inclusive veio a tornar-se, parte essencial da educação de todo inglês de posse (BOYER, 2003).

De Paris a Lion, de Nice à Itália, com passagem por Roma, Suíça, Grécia, Espanha e Egito, esses eram os roteiros que colocavam os *grand* turistas diante de paisagens, que os faziam ser considerados *gentlemen* e *cosmopolitan*. Essas viagens prosseguiram por todo o século, incutindo modas, lugares, regras, formas de deslocamentos e apropriações. Com o passar do tempo, os *Grand Tours* foram gradativamente gerando uma infraestrutura turística voltada ao seu público. Pouco a

pouco as atividades de transporte, hospedagem e de guia estruturaram-se em serviços especializados, até se tornarem campos de atuação organizados, conduzidos por “especialistas”. E, em consequência, o câmbio desse olhar romântico, determinou novas apropriações.

Vale a pena ressaltar, o que já foi dito anteriormente, dando ênfase à dicotomia trabalho/lazer: as mudanças sociais ocorridas ao longo do século XIX, ensejadas pela sociedade capitalista que então se impunha, de maneira hierarquizada e industrializada, trazia consigo uma nova concepção de tempo, marcado pela importância do relógio e pela distinção entre o trabalho e o tempo livre. Nesse contexto, as viagens em busca do lazer, são intensificadas e passam a ser comercializadas, com privilégio às paisagens consideradas grandiosas ou mesmo tranquilas e bucólicas, como as paisagens campestres, em oposição às paisagens urbanas, que continham, em si, o ambiente de trabalho.

Analogamente “o romantismo prolongou estas invenções com sua descoberta de exotismo no tempo e no espaço” (BOYER, 2003, p. 19). Particularmente, pelos resquícios de escritos dos participantes do *Grand Tour* Romântico (como Goethe), que privilegiavam o espreitar da paisagem como uma experiência singular e sublime. Nessa lógica, o termo ‘pitoresco’, apropriado pelos guias turísticos do século XIX, também serviu para agregar valores, ou não, aos destinos de viagem (PERROTTA, 2011).

As diferentes percepções sobre a paisagem associadas aos usos que emergiram com o turismo, propiciaram práticas como a do termalismo³, logo em seguida a da balneação marítima, a das temporadas de inverno, até a apropriação da paisagem das montanhosas geleiras dos Alpes: “local de fortes emoções; uma elite rara forneceu os atores”. (BOYER, 2003, pág. 42). Os modos de ver as paisagens foram acrescidos pelo sensacionalismo dos panoramas circulares, pela moda das estampas e pela repercussão da fotografia. Essa foi de importância ímpar nos modos de apreensão e de indução de viagens a ‘certas’ paisagens.

A fotografia ilustrou cenas ditas pitorescas, comunicou a consolidação de Paris como marco urbano da experiência moderna – direcionando olhares de turistas – deu a ver aspectos da cidade que não eram mais captados pelo olhar do cidadão, registrou a transitoriedade da época em que foi produzida e apresentou paisagens

³ Termalismo; viagens terapêuticas até as estações termais, direcionadas a um público elitista, condicionadas a tratamentos por meio de banhos e ingestão de águas.

exóticas. E, seu grande suporte, o cartão-postal, disciplinou, difundiu, popularizou e estabeleceu os modos de ver e de usufruir as paisagens que surgiam, fossem essas paisagens urbanas, pitorescas ou exóticas (URRY,1999).

A passagem dos séculos XIX para o XX foi marcada por grandes transformações: as conquistas trabalhistas; os meios de transportes rápidos, favorecido pelo desenvolvimento industrial e tecnológico; a disseminação das imagens fotográficas por meio do cartão postal, contribuindo com a ampliação das visualidades do mundo; e o apelo da comunicação em massa. Essas, entre outras transformações, foram pontuais para a intensificação da atividade turística. As regiões, por mais distantes que estivessem dos centros capitalistas europeus interligavam-se em uma ordem mundial, intensificando as trocas culturais por meio do deslocamento das pessoas e das bagagens materiais e simbólicas que carregavam. Período marcado pela velocidade e técnica que integraram o mundo, modificando os sentidos de espaço e de tempo. (ARRAIS, ANDRADE & MARINHO, 2008).

Essas mudanças acrescidas dos desejos de experimentar novos espaços motivou o turismo de massa, que além de aproveitar-se, primordialmente, dos espaços pelo seu valor paisagístico, requer reestruturações espaciais para a sua recepção. A paisagem, nessa circunstância, exprime-se como objeto de observação e consumo. Nesse caso, o turismo torna-se dependente das imagens que divulgam, constroem e reconstroem as paisagens. Destaca-se, sobretudo, o valor estético, os sentidos simbólicos e os recursos agregados ao seu entorno, a fim de atender às demandas que povoam o imaginário dos turistas. Atribuídas com esses signos, as paisagens, podem ser tomadas como paisagens turísticas, pois a ação da sociedade lhe dará esse sentido. Nesse pensamento, Cruz (2002, p. 110) afirma que, “toda paisagem, portanto, pode ser turística”, visto que sua estética é ditada por padrões culturais de uma época.

O valor atribuído às paisagens, os significados e as práticas influenciam decisivamente o imaginário coletivo. Podemos entender que as construções culturalmente estabelecidas que se projetam sobre as paisagens, espetacularizando seus espaços com construções intencionais, tornando-a atrativa aos sentidos, marcando-a por contradições entre o real e o ficcional por influências econômicas, políticas e sociais que destinam seus espaços para serem desfrutados a fim de atender um mercado turístico são as paisagens turísticas.

A atividade turística consome as paisagens por meio da produção de símbolos, se traduz em um dos discursos que molda, (re) significa e a manipula de maneira dinâmica, ajudando a fortalecer as lógicas que induzem um movimento turístico no local. Diversos fatores influenciam em sua construção: discursos; conceitos estabelecidos; relações econômicas, embates entre grupos e projetos políticos que passam a interferir nas relações humanas e se estabelecem nos espaços constituindo simbologias.

O turismo juntamente à imagem fotográfica vem ao longo de seu processo histórico, fortalecendo a carga simbólica de prazer que certas paisagens da natureza e os componentes que a circunscrevem podem oferecer ao ser humano.

A paisagem litorânea, da beira-mar, pode ser citada como um dos exemplos das diversas maneiras de apreensão humana, que um olhar ao seu processo sócio-histórico revela percepções diversificadas. O sentido do oceano no imaginário humano, por exemplo, já passou da imagem do medo e da repulsa para a imagem de um espaço propício à cura das enfermidades. Hoje, é entendido, na sociedade ocidental, como um local aprazível, direcionado ao lazer, à prática de esportes e ao repouso. Um local apto às práticas do turismo; ou seja, diferentes sentidos em diferentes momentos históricos (CORBIN, 1989).

O que se percebe, portanto, é que a paisagem turística é fruto de escolhas, de fins estéticos e políticos diversos, por conter imbricada em sua significação, relações políticas, elementos socioculturais, conjuntos arquitetônicos e urbanos, que se articulam na imposição de sentidos, na construção de relatos, na comercialização dos espaços. Para Bourdieu (1996. p. 120), a representação do universo social contribui para a realidade deste mundo, pois faz com que os agentes apreendam o social como natural. Nesse caso, os discursos têm um poder estruturante por ter a capacidade de “prescrever com a aparência de descrever”, oficializando visões.

De tal modo, a paisagem turística transcreve uma forma de construção humana a partir da natureza, onde está imersa uma série de projeções culturais que aliadas à lógica do modelo econômico capitalista vigente delimitam espaços de produção e lazer. Essas demarcações orientam o turismo e suas paisagens no âmbito do lazer e agregam valor aos espaços escolhidos, recortados, emoldurados para se constituírem em turísticos.

A paisagem turística se conforma no espaço e confere importância ao sítio que a circunscreve, principalmente aos grupos que, de maneira privilegiada, povoam suas cercanias, assim constitui-se como moeda de troca, ou seja, uma mercadoria. São paisagens construídas para serem contempladas e consumidas. De acordo com Pires (1999, p. 162), a paisagem turística é um elemento comercial para a venda que agrega valor aos espaços e, por esse pressuposto, o turismo pode ser concebido como uma “experiência na qual a paisagem se constitui num elemento essencial”. Nessa perspectiva, a paisagem como porção concreta do espaço geográfico, simboliza para o turista a tão sonhada mudança de lugar, a excepcionalidade, a beleza cênica, dentre outros aspectos bastante procurados pelas pessoas na atualidade.

Além disso, vale salientar que, ações turísticas sobre a paisagem visam transformá-la em lugar a ser observado e criar espectadores dispostos ao consumo, o que facilita o uso fugaz e intenso do espaço (RODRIGUES, 2000). As paisagens turísticas orientam e identificam espaços, no qual “a parte vale pelo todo e é suficiente para despertar sonhos, lembranças, nostalgias e, sobretudo, o grande motor desse mercado, a necessidade em repetir a experiência” (CRUZ, 2002).

2.5 A CIDADE E AS SUAS VISTAS

Antes de ser um objeto de estudo da geografia, como observamos anteriormente a noção de paisagem remete a uma noção espacial de jurisdição humana, a relação entre o ambiente e seus habitantes. Podemos salientar junto com Milton Santos (1988) que, tudo aquilo que a nossa visão alcança, que chega aos sentidos na dimensão da percepção e é formado por volumes, cores, odores, movimentos, sons, discursos, práticas, ritmos, etc., e que pode no domínio do visível ser definido é a paisagem.

Envolve a noção de comando, do domínio de uma política de conhecimento, abarcados pela perspectiva do olhar. Nesse aspecto, a geografia cultural propôs que considerássemos dois tipos de paisagem, a natural e a artificial. Porém, como definir o que é natural do que é artificial ou cultural? Para Milton Santos (1988), a paisagem natural foi sendo substituída pela paisagem cultural, pois à medida que o humano se defronta com a natureza, constitui-se uma relação cultural, que é também social e histórica. É produto de uma rede de relações econômicas, políticas, jurídicas, ou seja, sociais.

A paisagem natural seria, então, aquela que ainda não sofreu interferência humana. Todavia, se um espaço ainda não foi fisicamente tocado pelas mãos do humano é ao menos objeto de seus desejos, de seu olhar, de suas intensões e interesses, situado num plano histórico e multiforme. Sob este enfoque, os indivíduos constroem e reconstróem, permanentemente, os espaços, sendo os fatores naturais e culturais imperativos na própria conformação das estruturas simbólicas, imaginárias, econômicas e sociais.

Não é errado dizer que as paisagens da natureza brasileira, no momento de constituição de uma sociedade capitalizada, construíram-se com contradições peculiares de identificação de espaços, quando comparadas ao que o turista quer ver e o que o residente quer mostrar. As paisagens tropicais do Brasil preferida pelos turistas frequentemente eram estereotipadas, adornadas com animais, personagens pastoris e vistas de natureza exuberante, identificavam-se com o gosto idílico proveniente do romantismo europeu dado à paisagem. Essas imagens exuberantes da natureza idílica e melancólica era o que a sociedade burguesa nacional mais tentava desmistificar.

Um desses exemplos está nas fotografias vinculadas aos postais. Trata-se de um dos meios mais eficazes de comunicação da época de consolidação da sociedade capitalista e do início da organização da atividade turística. As imagens que despertavam curiosidade aos turistas estrangeiros, em grande medida, foram minimizadas, rejeitadas e descartadas pelos produtores e editores de cartões-postais brasileiros⁴, que faziam parte de um contexto burguês. As imagens exportadas das paisagens do país que apareciam em diferentes meios de comunicação que começavam a surgir, muitas vezes produzidas pelo visitante, acabavam contrariando a lógica da representação de uma sociedade local que almejava vincular-se aos conceitos da ordem e do progresso urbano.

Como ao longo do processo histórico, a natureza vem sendo reconstruída de acordo com as práticas sociais e os discursos que a envolvem, criando e identificando seus espaços; a natureza é hoje uma paisagem valorizada por vários segmentos mercadológicos, principalmente o turismo. Em Natal, RN, esse processo é percebido a partir da implementação das políticas de turismo, que configuraram o

⁴ As imagens melancólicas, idílicas, com pessoas de etnias negras ou indígenas não faziam parte de um padrão desejado de visualidade a ser exportada e eram rejeitadas pelos editores e produtores de postais. Ver em: DALTOZO, 2006.

litoral em um segmento econômico estratégico. Sobretudo nas últimas décadas do século XX, após a implementação de programas de desenvolvimento do turismo na cidade. Esses programas, apresentam ações que objetivam fomentar a atividade e impulsionar a construção de infra-estrutura capazes de, cada vez, mais melhorar e dotar a paisagem litorânea de acordo com as formas e espaços adequados para a prática do turismo (FONSECA, 2005).

A paisagem em Natal vem sendo, no decorrer do tempo, moldada de acordo com várias lógicas, pois muitos são os olhares, imagens e discursos que a constroem. Trata-se de, um sistema de signos, produzindo um espaço próprio, peculiar, aquilo que podemos chamar de estratégias de reconfiguração dos espaços. O circuito empresarial turístico tem se apossado das paisagens ditas naturais com veemência, construindo-a, principalmente, por intermédio da fotografias e de seus diversos veículos, desnudando-a conforme o desejo do visitante, para que este a consuma.

As paisagens de Natal, ao serem evidenciadas nos cartões-postais constituem-se em espaços de comunicação e significação, em que os grupos hegemônicos o organizam e os dotam de valores. Desse modo, Natal, a capital do estado do Rio Grande do Norte, cidade turística, imersa no contexto ocidental da modernidade, tem no ideal de desenvolvimento econômico, um dos conceitos principais para esclarecimento de sua conjuntura sócio-espacial. Para entender a gama de valores que moldaram à turística “cidade do sol” é preciso apreender as diversas paisagens que, enquanto discurso, construiu práticas de produção e reprodução sociocultural.

As percepções que foram construídas em relação à paisagem litorânea são fundamentais para as cidades que voltaram seus aspectos econômicos, espaciais e políticos em prol do turismo, como é o caso de Natal. Através de um fluxo humano que busca no sol e no mar a harmonia com a natureza, a cidade foi reconstruída em suas visualidades. São paisagens com grande influência das políticas públicas locais e regionais que as constituem em mercadoria para serem vendidas e contempladas. Visto que ao longo do tempo as culturas têm modificado a percepção que tem da natureza, seu sentido benéfico é uma construção recente. Em cada época, em cada espaço, seu significado é diferenciado, mutável. Neste caso, o tempo e o espaço são a argamassa da construção das paisagens culturais formuladas por códigos, crenças, mitos e lembranças.

Nessa lógica, o turismo participa moldando práticas no momento em que favorece o recorte e apropriação dos lugares transformando-os e adequando-os para serem visitados, contemplados e interpretados, através dos enunciados sociais. Como é o caso, principalmente, do litoral que incorporado ao fenômeno turístico, tornou-se um espaço produzido dentro da ótica de uma sociedade mercantilizada.

2.5.1 Histórico das paisagens de Natal

No decorrer da história diferentes sentidos vêm sendo atribuídos à paisagem litorânea.

A literatura dos séculos XIV e XV é rica nas descrições de viagens às ilhas paradisíacas, povoadas de imagens e mitos interpretados a partir do entendimento que se tinha dos textos bíblicos. Durante esse período, a faixa litorânea era como uma fronteira, entre dois mundos distintos: o conhecido e o desconhecido, o definido e o indefinido. O mar que era visto como um grande abismo surgido após o dilúvio, indomável, inacabado e desordenado. O oposto da imagem do paraíso, que era um lugar seguro, calmo, sem tempestades, uma eterna primavera. No paraíso não existia o mar (CORBIN, 1989).

Essas eram algumas das impressões ligadas diretamente ao mar, que povoavam o imaginário coletivo. No século XVI, com a descoberta do novo mundo, surge um novo continente e com ele, novos signos, no qual novos conceitos em relação ao mar começam a surgir, principalmente na literatura dos viajantes, mais ainda com imagens aterrorizantes (COELHO, 1998).

Somente com as descobertas científicas, proporcionadas pelo iluminismo, com a difusão da indústria, da construção de espaços da cidade e diante de uma lógica racionalizada dos espaços é que as ideias que tomavam a natureza, inclusive o mar, como arredia ao humano, modificam-se e a transformam em uma aliada da evolução humana em busca do progresso. É inclusive, a partir desse novo olhar que surgem as motivações para as viagens nas quais os turistas, desejavam percorrer as mais belas paisagens naturais. Essas paisagens se tornaram um espetáculo a ser vivido e um aprendizado do mundo moderno, constituindo práticas, que buscava por meio da natureza, o aprendizado e a contemplação (CORBIN, 1989).

Mesmo com os novos sentidos que a natureza adquire em fins do século XVII e durante todo o século XVIII, as lembranças literárias provenientes do universo mental europeu, até meados dos Setecentos, não foram transformadas de forma

total e imediata pela intervenção da ciência em percepções positivas. A natureza foi considerada, mesmo pela ciência, um fator determinante a evolução física e material do ser humano. Sendo responsabilizada pelos progressos e atrasos da civilização e ainda vista como a maior responsável pelo caráter e valores humanos. Aspectos considerados negativos e positivos no comportamento e valores humanos eram relacionados à natureza em que os indivíduos encontravam-se.

Nessa lógica científica estava submersa a cidade de Natal, no início do século XX, isolada e atrasada por estar em volta de uma natureza determinante. Sua posição geográfica era considerada desfavorecida por uma natureza exuberante, rodeada por uma cadeia de dunas, tabuleiros de areia e rios. Segundo o pensamento dos jovens bacharéis, estudiosos do local, em acordo com a filosofia europeia, seriam os elementos naturais os grandes responsáveis pela paisagem monótona da cidade, pela apatia, preguiça e ócio que assolava os moradores da capital incentivando o seu atraso enquanto capital do estado. A prosperidade da capital, desejada principalmente pela elite local, era barrada pela força imperiosa da natureza que rodeava a cidade. Para vencer esse infortúnio era necessário vencer o isolamento imposto pela natureza. Só dessa forma, Natal caminharia ao progresso (ARRAIS, 2006).

A praia, um dos exemplos mais marcantes da paisagem natural em Natal, ainda no início do século XX, era um depósito de lixo, um esgoto. Foi hábito no Brasil, nos períodos anteriores, usar as águas do oceano como receptáculo de dejetos domésticos, sendo o mar transformado em sinônimo de sujeira (MARINHO, 2008). As dunas, paisagem também representativa da cidade, foram descritas, por um dos grandes intelectuais locais, Manoel Dantas (1867-1924), como um *perigo iminente* pronto a desencadear um eventual desmoronamento das suas areias. Natal estaria fadada a viver para sempre sob essa ameaça, se não se redimisse em seus valores e caminhasse ao ritmo do progresso e da civilização (LIMA 2010).

Nas primeiras décadas do século XX, iniciou-se um processo de redefinição no olhar que a elite e os intelectuais natalense tinham em relação à natureza. Essa mudança, além de não ter sido de uma hora para a outra, não ocorreu de maneira uniforme. Foi um processo decorrente de outros, como da modernização e industrialização que chegando na cidade deixou a vida mais dinâmica, da nova lógica de consumo, do desenvolvimento dos meios de transporte,

das ideias de higiene e saúde que se propagavam. Tais fatores contribuíram, de forma decisiva, para um novo olhar em relação à natureza, principalmente ao litoral.

Outro fator que também contribuiu para a aceitação do mar como espaço positivo de ser partilhado e vivido, foi a literatura médica que passou a indicar esse espaço como terapia adequada para certos tipos de mazelas. Esse conceito vai sendo, então, assimilado. Partilhando dessa filosofia, Dr. Calistrato, médico natalense, fundou a primeira estação balneária de Natal, localizada na praia de Areia Preta. Foi recebida com muito entusiasmo pela elite, que ao absorver as novas ideias reordenou os usos da praia por meio de normas e condutas, tais como; comportamento civilizado e vestuário adequado. Práticas e usos que não eram possíveis a todas as classes, fazendo com que o espaço fosse inicialmente ocupado pela elite da cidade (ARRAIS; ANDRADE; MARINHO, 2008).

A natureza sobre a qual estava assentada a capital ganha novos sentidos. Seus benefícios, com destaque para o mar, aos poucos materializam-se no ideário dos natalenses. Como exemplo pode-se ressaltar a campanha publicitária do Café Petrópolis, no jornal *A Republica*, do dia 13 de fevereiro de 1924, que para atrair seus clientes, apresenta o ambiente como o ponto mais saudável de Natal, pelos ares recebidos devido à proximidade com o oceano. Os saberes médicos são, estrategicamente, destacados para promover e comercializar o ambiente. As transformações, e a ânsia pelo progresso vão moldando os espaços da cidade. Um dos marcos que aponta o incentivo do banho de mar para população de Natal se dá após o prolongamento dos trilhos dos bondes da companhia Ferro Carril até a praia de Areia Preta. Esse é um momento que inicia a construção de um novo sentido compartilhado pela coletividade nas praias de Natal (MARINHO, 2008).

As novas práticas em relação ao uso da praia que iniciam sendo adotadas por um privilegiado grupo frequentador, a elite da cidade, servem de parâmetro para os outros menos abastados. Suas posturas são entendidas como dignas, civilizadas e próprias. Esses hábitos ganham visibilidade e segundo Corbin (1989), o desejo de imitar-lhes, de adquirir status, além das indicações fizeram com que outros grupos começassem a reproduzir e a materializar essas práticas, buscando as praias para o banho de mar. As praias da capital, habitadas anteriormente apenas por pescadores, foram invadidas por casas de veraneio de políticos, industriais, funcionários públicos e comerciantes locais. Várias transformações aconteceram, porém, as maiores ocorridas no espaço urbano da cidade, encontram-se após a

segunda guerra mundial e atrelam-se as ideias que colocam o turismo como uma indústria que propícia o crescimento econômico local, uma força motriz que atrelada à natureza local, levaria a capital ao progresso econômico almejado.

2.5.2 Em Natal: Centelhas de uma cidade turística

Há um consenso entre pesquisadores do fenômeno do turismo, que os deslocamentos sempre existiram na história da humanidade, porém colocar todos os deslocamentos como práticas turísticas seria generalizar um fenômeno que se estrutura e se conforma em espaços e práticas da nossa sociedade capitalista. Não podemos apontar um período correto para balizar o surgimento do turismo, como fenômeno moderno, ou seja, organizado por agências ou grupos especializados, tal como hoje é desenvolvido no ocidente. Isso porque existe todo um contexto histórico, que se deu, principalmente, com a instauração das relações capitalistas, que confluíram para que o fenômeno tomasse tais contornos. Podemos, apenas afirmar que no período da Revolução Industrial as viagens se organizaram amparadas pelas condições tecnológicas, dos meios de comunicação, de transporte, sociais e econômicas (PANOSSO NETTO, 2010).

Nesse período, circunscreveram-se às viagens o interesse comercial. O sentido educacional e as buscas culturais que incentivaram os *grand tours* e *petit tours* foram substituídos pela necessidade de evasão das grandes cidades fortalecidas pelas economias urbanas. Nesse mesmo contexto, a valorização da natureza foi incentivada pelas relações sociais e econômicas. Esse fato deu destaque acentuado ao paisagismo, montanhismo, alpinismo e a busca medicinal e prazerosa das águas em formas de viagens de turismo. Em 1942, em um estudo sobre a difusão da prática turística, Hunziker e Krapf, fazem uma constatação:

Assim, sozinha, a orientação para a paisagem tem criado o turismo moderno. Sua característica é o turismo de massas. A viagem se converte de um privilégio da personalidade, como era antes, em um assunto da coletividade. O turismo perde cada vez mais, em seu valor, o conteúdo subjetivo de vivências; começa a ser medido com escalas objetivas: em cifras de frequência e segundo seus rendimentos econômicos [...] A serena contemplação dá lugar a um vai e vem sem pausa, o respeito frente ao pequeno cede vez ao culto do colosal, a vivência espiritual à atividade externa. (*Grundriss der allgemeinen fremdenverkehrslehre*, 1942, p. 195. Citado por PANOSSO NETTO, 2010, p. 40)

Início do século XX, os governos europeus mantêm as estatísticas sobre o potencial lucrativo do fluxo de viajantes desejosos por conhecer seus atrativos⁵. A partir de então, as leis se estabeleceram em prol do operariado. Essas leis tratam da redução da jornada de trabalho, dos descansos dominicais, da instituição das férias remuneradas (1936), e sobre a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948). Tais fatos colocaram o descanso e o lazer como direito de todos. Logo, o turismo passou a ser difundido, também, entre a pequena burguesia, seguido por uma parcela do operariado (BOYER, 2003).

Nas primeiras décadas do século XX, o turismo no Brasil era desenvolvido em um âmbito já chamado de profissional, visto que um dos objetivos principais da sua organização era o retorno financeiro, porém de forma ainda precária, quando comparado ao que conhecemos nos dias atuais⁶. Embora a “novidade” fosse divulgada pelos imigrantes, pela burguesia econômica que empreendiam viagens, pelos jornais e cinema só foi percebida de maneira mais abrangente após a Segunda Guerra Mundial. Durante um período significativo do século XX a atividade ganhou seus contornos nas criações de ideias, mas na ausência de materialização.

Os discursos institucionais que se prolongaram no decorrer do século XX, deram ênfase ao turismo como motor essencial e indispensável ao progresso no país. Nessa linha de pensamento, o turismo é visto como uma atividade esquadrihada, que divide-se e classifica-se em diferentes partes, ao invés de ser analisado como um todo complexo. Assim sendo, percebe-se que pela ausência de um planejamento eficaz, relegaram a atividade a um segundo plano, em relação às atividades desenvolvidas nacionalmente.

Podemos afirmar que o discurso do turismo como elemento de integração social no Brasil foi dotado de um grande “poder simbólico”. O poder simbólico no sentido que nos explica Pierre Bourdieu, relacionado aos acordos que se inscrevem em nossa sociedade, se dá como em um jogo por meio do qual os dominados, mesmo em conflito com as regras determinadas, participam da construção da legitimidade imposta; aceitando suas posições e ratificando uma ideologia

⁵ Ver: Panosso Netto (2010, p.43), o autor expõe tabela com dados estatísticos de entrada de turistas estrangeiros na Suíça, esses dados foram computados pela primeira vez em 1848 e seguem-se com pequenos intervalos até 1940. Apenas a título de comparação, no início do século XX, ano de 1929, a Suíça apresentou uma entrada de 4.230.000 de turistas; o Brasil em início do século XXI, ano de 2009, recebeu por volta de 4.800.000.

⁶ Sobre o início da atividade turística no Brasil, ver: PIRES, Mário Jorge, 2001.

dominante. E, por tratar-se de um discurso vinculado a uma ideologia de discurso técnico-científico em prol do futuro e do progresso da cidade, mascarou certas estruturas.

A década de 1930 deu início à trajetória legislativa da atividade turística no Brasil. Nesse curso são incluídas disposições sobre o funcionamento das agências de turismo, das vendas de passagens aéreas, marítimas e terrestres. Deu-se, também, a criação do primeiro organismo oficial de turismo da administração pública federal, a Divisão de Turismo; e o lançamento de um decreto específico, o decreto-lei nº 1.915, que ampliava o significado do Turismo para o Estado. Na década seguinte a Divisão de Turismo foi extinta, pois foi criado o primeiro decreto que abordou, exclusivamente, sobre a atividade (CRUZ, 2002).

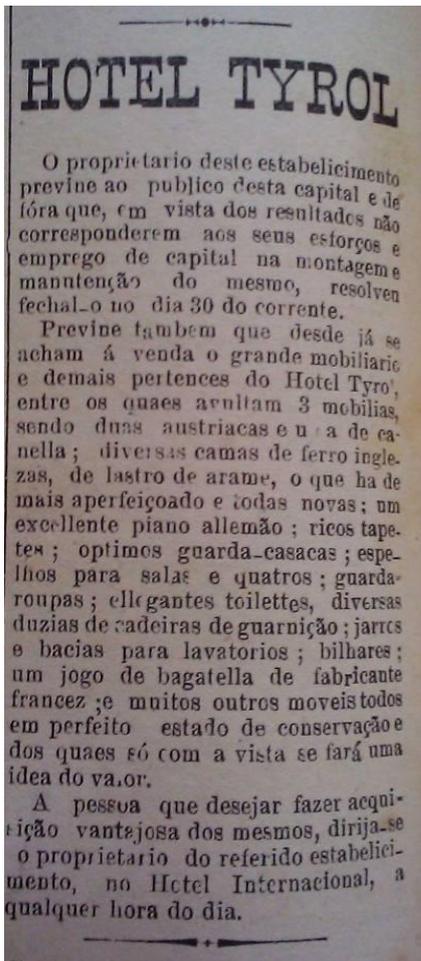


Figura 4: Jornal A Republica:
26/09/1916

A cidade de Natal, já dotada de certos equipamentos urbanos, buscava inserir por meio dos discursos as lógicas estabelecidas pela modernidade. Saber sobre as viagens que ocorriam no mundo e ter residentes que vivenciavam essas experiências era a abertura para novos horizontes. Os natalenses que saíam em turismo, ao retornarem traziam notícias da moda, dos conceitos, das paisagens e despertavam o interesse de outros pelas viagens. O desejo de receber regularmente turistas era expresso, nessa nota de jornal, o indício se dá pelo investimento feito nas melhorias dos meios de hospedagem, muitas vezes vãs, visto a pequena importância econômica da capital em relação ao país. O jornal é do dia 26 de setembro de 1916 (figura 4), do jornal A Republica, percebemos a estrutura investida na ornamentação e manutenção de um hotel em Natal, é o Hotel Tyrol. Esse hotel, mesmo tendo tudo o que havia de sofisticado não correspondeu às expectativas mercadológicas de seu proprietário, na época.

Apesar das dificuldades da capital, era necessário vivenciar as ofertas do mundo moderno, manter-se enraizado, estagnado a princípios passados, arraigado em seu porto era inviável. Nas palavras de Henrique Castriciano, um entusiasta do progresso, não se adequar ao momento era nocivo, pois formava uma geração “de seres doentios, adoráveis de bondade, mas débeis, de uma fragilidade de crystal, incapazes de longa vida e de dar à pátria filhos aptos para o trabalho fatigante dos tempos modernos” (CASTRICIANO, 1993).

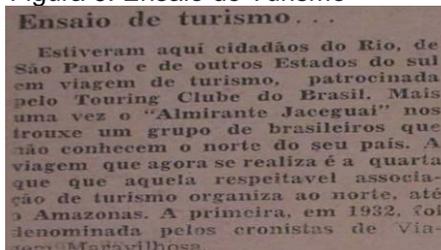
Consoante, Natal educava-se para os novos tempos. Para tanto era preciso polir os sentidos da população. Nesse aspecto os meios de comunicação tiveram papel primordial. Os jornais que circulavam em Natal mantinham colunas fixas sobre viajantes, anunciavam a todo o momento quem partia e quem chegava. A Republica é um desses exemplos, que na sua coluna social apresentava, com orgulho, o nome dos residentes que podiam participar dessa nova atividade. Na página dedicada à sociedade, os que viajavam de avião ganhavam um destaque especial, eram noticiadas as viagens de navio, de carro, o movimento dos portos. Essas colunas atravessaram as décadas de 1930, 1940 e 1950 recheando o imaginário da população com ideias de viagens.

Figura 5: Movimento do Porto e Aeroporto



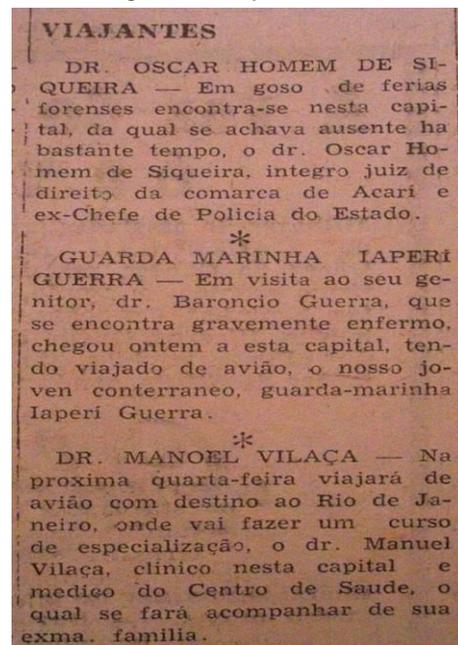
Fonte: Jornal A Republica, 09/07/1948

Figura 6: Ensaio de Turismo



Fonte: Jornal A Republica, 16/01/1940

Figura 7: Viajantes



Fonte: Jornal A Republica,
16/01/1940

As décadas de 1940 e 1950, principalmente pela influência da Segunda Guerra Mundial, marcaram de forma histórica o espaço natalense. As principais

transformações encontram-se relacionadas ao maciço investimento financeiro feito por parte das Tropas Aliadas, que instalaram a base aérea dos Estados Unidos na cidade. Em função disso, várias melhorias urbanas aconteceram na cidade. Destaca-se o Aeroporto de Parnamirim, como a obra principal desse período. Tal fato, iniciou o favorecimento do turismo na cidade. A capital de menos de 60.000 residentes, teve que se conformar com a entrada de centenas de militares norte-americanos (SMITH JUNIOR, 1993).

Nesse momento, a cidade se insere de forma mais intensa nos acontecimentos mundiais e assim vivência os meios de comunicação, o aumento da população, as transformações de hábitos, entre outras experiências. Na lembrança de muitos natalenses, a grande guerra foi o período que despertou a cidade de um sono secular. São afirmações encontradas nas narrativas de vários moradores, nas produções acadêmicas, além de outras fontes que tratam do assunto. Nesse aspecto, já existe uma bibliografia ampla sobre o período.⁷

As transformações urbanas que ocorreram durante a guerra e as reformas implementadas na gestão do prefeito Sylvio Pedroza⁸, iniciaram, mesmo que timidamente, uma política de visibilidade turística da cidade. O calçamento de ruas, a abertura e reordenamento de vias de acesso e principalmente, a construção da Avenida Circular – com início na Praia do Meio chegando até a Praça do Cais do Porto, na Ribeira –, considerada a principal obra da gestão. No início da sua construção foi criticada, tida como algo fora dos padrões urbanísticos para uma cidade como Natal, mas depois de construída foi considerada uma importante obra, que de acordo com o prefeito, serviria como elo fundamental na “integração à Cidade de nossas praias”. O discurso de Sylvio Pedroza destacava os benefícios que a obra traria para a cidade (*apud* TORQUATO, 2011, p. 33).

Da sua gestão na Prefeitura, a cidade ficara a lhe dever, entre outras coisas, a Avenida Circular, que acentuou sua identificação urbana como capital [...]. Superou uma mentalidade mesquinha e acomodada, mas de uma resistência deplorável ao progresso. Hoje, Natal tem nessa avenida diante do mar a sua mais bela e procurada perspectiva.

⁷ Para conhecer o contexto da Segunda Guerra Mundial em Natal ver: SMITH JÚNIOR, 1992

⁸ O Prefeito referido no texto é Silvío Pedrosa, de formação escolar londrina, administrou Natal entre os anos de 1946-1951. Após esse período assumiu o cargo de governador do estado do Rio Grande do Norte. O investimento que fez na orla marítima se destacou entre seus feitos. Teve como seu secretário de cultura o representante Folclorista e Historiador da cidade de Natal Luís da Câmara Cascudo, autor do livro “História da Cidade do Natal” de 1947, que foi distribuído pela administração de Silvío Pedrosa em várias cidades do Brasil.

Em perspectivas de divulgação da cidade, encomendou ao renomado folclorista Luís da Câmara Cascudo, o livro *História da cidade do Natal*. Trata-se de uma obra que, apesar de legitimar os interesses político da gestão que o idealizou, auxilia na construção das paisagens da cidade. Foi um livro “destinado a fazer intensa propaganda da nossa cidade e ao visitante apressado já podemos oferecer-lhe um exemplar da história de Natal”.⁹ Recebeu muitas críticas, por seu direcionamento ideológico em favor do político que o financiou. De todo modo, é uma publicação que revelou a sua contribuição enquanto um manual de propaganda da capital, ao mesmo tempo em que indica os germens de um trabalho que deu uma visibilidade externa a cidade. O prefeito logo após publicação distribuiu vários exemplares do livro em diferentes cidades do Brasil (TORQUATO, 2011).

Fotografia 1: SYLVIO PEDROZA: entrega do exemplar de História da cidade do Natal



Sylvio entrega à Alcade Municipal de San Juan, Feliza de Gautier, o exemplar de História da cidade do Natal. III Congresso Histórico Municipal Interamericano, Porto Rico, abril de 1948. Fonte: Arquivo Sylvio Pedroza. Centro Documentação Eloy de Souza – Fundação José Augusto.

Esse contexto, constitui-se em um momento modernizador para a cidade, um marco para a cidade que antes crescia com suas construções de costas para a beira-mar. A construção da Avenida Circular insere ainda a cidade na lógica nacional de valorização do Sol e Mar, principalmente por causa da atividade turística (figura 8). Sylvio Pedroza, ainda articulou a construção de um hotel de grande porte para a cidade. De acordo com as reportagens do período, o projeto foi encomendado,

⁹ A CIDADE, *O Diário de Natal*, 8 de março de 1947.

porém esbarrou na falta de recursos e de empréstimos, o que inviabilizou sua construção.

Figura 8: “A capital potiguara se renova”



Fonte, Diário da Manhã (recorte). Em Livro de recortes. Cidade do Natal: Administração Sylvio Pedrosa (1947). (TORQUATO, 2011).

Os sentidos plasman o local com as expectativas globais. Na década de 1950, o sol que brilhava na cidade de Natal, não foi conveniente só para alimentar a “indústria da seca”¹⁰, os que não eram vitimados pelas paisagens de miséria encenadas pelo astro –, paisagens historicamente construídas, que serviu como benefício estratégico a certos grupos políticos –, já eram capazes de percebê-lo como um aliado aos prazeres das viagens. Foram novas percepções sendo impostas, novas visualidades, novos discursos que construíam uma nova imagem para a cidade. As transformações na paisagem que contém o sol, aliada as ideias de turismo, começam a surgir para o espaço de Natal como agradável aos olhos, um elemento que na relação com os sentidos humanos deixa de ser somente natural e transforma-se em elemento cultural.

A escrita de Heron Domingues, no jornal A Republica, de 11 de junho de 1956, é esclarecedora dessa percepção em relação à paisagem natural do sol e mar que começa a ser construída interligada ao turismo:

¹⁰ Para maior entendimento sobre “as paisagens da seca” e o seu contexto histórico e político ver: ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. A invenção do Nordeste e outras artes. Recife: FJN/ Ed. Massangana. São Paulo: Cortez, 1999 e ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. Falas de astúcia e de angústia: a seca no imaginário nordestino – de problema à solução (1877 – 1922). 1987. Dissertação – Departamento de História. UNICAMP, Campinas, 1987.

RAIO X – DE UMA CIDADE

Heron Domingues

A's 24 horas que estou passando nesta cidade de Natal são das mais alegres dos últimos tempos da minha vida. Tenho, ao meu redor uma coletividade de pessoas divertidas e de mentalidade arejada, cuja preocupação é trabalhar dia e distrair-se à noite. São ruas largas que o "sol de junho" nordestino ilumina com alacridade. A circulação do tráfego é intenso, (e depois de uma sesta (post-carangueijos) acordo-me no Grande Hotel e ao ouvir as buzinas e o rolar dos carros percebo que é a hora do "rush". Por instantes, tenho a ilusão de que estou no Rio de Janeiro. Sinto-me feliz em Natal como se estivesse na melhor cidade do mundo. Voltaire Leuenroth e Amilcare de Carolis, homens de publicidade do Rio, participam do meu namoro com esta bela capital. No andar térreo da Rádio Nordeste, a sorveteria e "boite" "Oasis" e uma nota colorida de simpatia e cordialidade. As cadeiras na calçada, intenso movimento, decoração moderna. É claro que Natal não resolveu ainda o problema dos hotéis. Este é um mal nacional. Por falta de acomodações as grandes companhias aéreas que na sua maioria faziam escala em Pernambuco estão transferindo seu pouso para a orgulhosa Recife. Acredito que o governo potiguar, entre outros problemas a resolver, deveria encarar com mais seriedade este dos hotéis, para dotar sua bela cidade de casas de hospedagem que permitissem turismo. Natal pelo seu clima privilegiado, pela sua paisagem surpreendente, poderá vir a constituir-se num dos pontos de maior atração turística de todo o norte do Brasil.

O relato de Heron revela que a paisagem é antes de tudo um imaginário, dotado por percepções e sentidos a ser desfrutado, antes experimenta-se os espaços, por meio das imagens discursadas, pré-visualizadas. Uma cidade para oferecer a experiência turística é preciso ter esses espaços idealizados, planejados e materializados. Construção que começa sendo internalizada, primeiro por meio de discursos que organizam um roteiro imaginário, pré-concebido.

A exaltação ao sol de junho, ao clima privilegiado, a paisagem surpreendente, revelam juntamente grandes contradições como: *Natal cidade moderna/cadeiras na calçada; por instantes tenho a ilusão de estar no Rio de Janeiro/ falta hospedagem que permita o turismo*. De acordo com o relato de Heron, as transformações na cidade começam a ocorrer paulatinamente, podendo por meio do turismo, vir a elevá-la a uma categoria de destaque frente às demais capitais do país.

Em busca de sanar os inconvenientes econômicos e compensar o quadro de atraso industrial da capital Djalma Maranhão, prefeito de Natal, entre os anos de 1956-1959, apontou de forma pioneira para o turismo. Na concepção desse gestor a atividade turística, que poderia e deveria estar associada às belezas naturais da cidade, seria capaz de dar impulso ao tão almejado desenvolvimento (FERREIRA, 2006).

Djalma Maranhão iniciou um incentivo a prática da atividade turística por meio da criação, em 1956, do Conselho Municipal do Turismo. Embelezou e dotou pontos estratégicos da capital com equipamentos de infraestrutura básica. A partir de então começam a se pensar e assegurar políticas públicas para o incentivo do turismo, a exemplo de outras cidades litorâneas do Nordeste, vinculadas ao ideal do turismo sol e ao mar (FERREIRA, 2006).

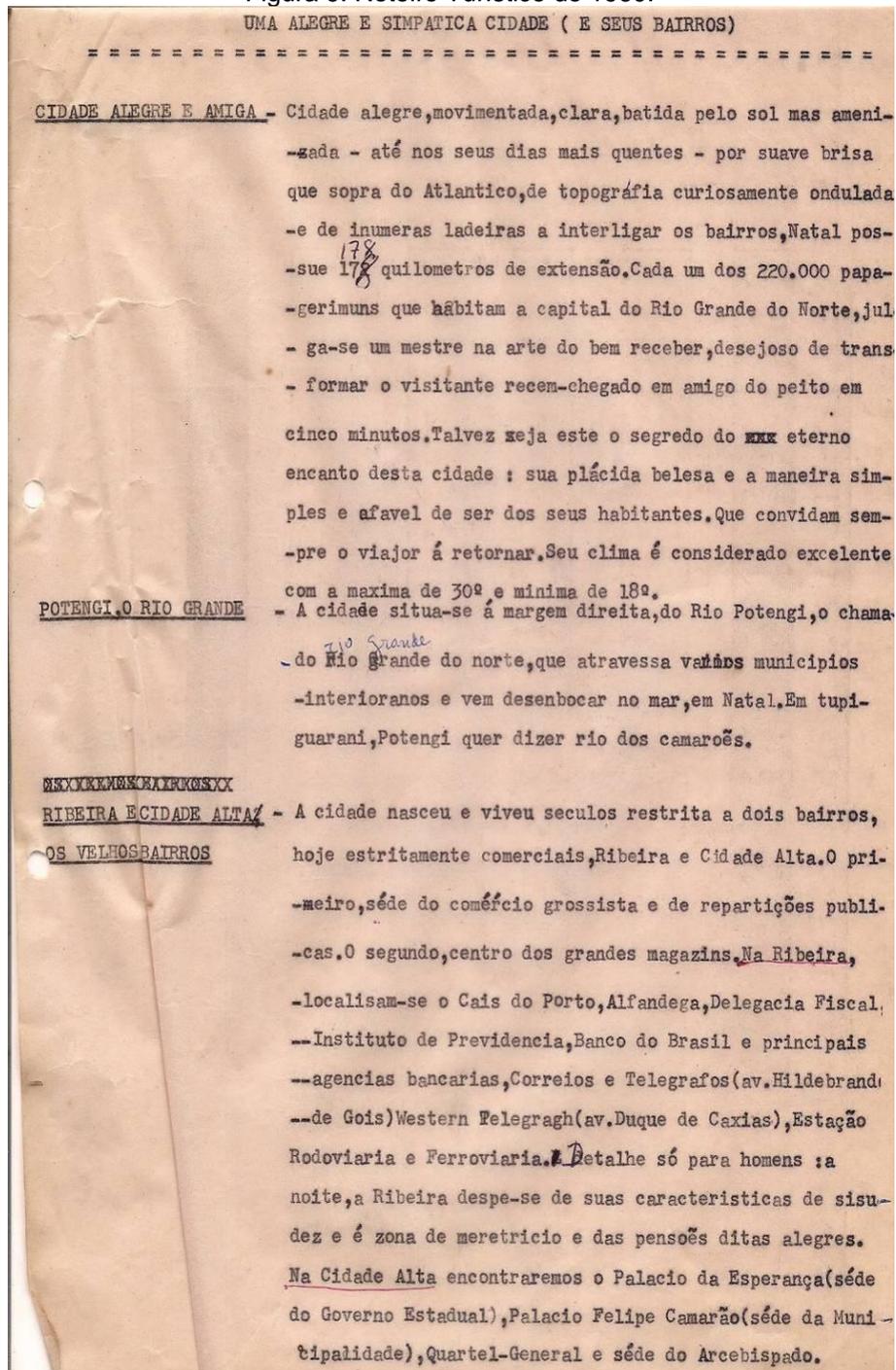
Em âmbito nacional se iniciam os processos de estruturação para os incentivos ao turismo. Foi criada a Comissão Brasileira de Turismo, em 1958 (COMBRATUR); sem dúvida uma iniciativa inédita nas políticas públicas que fomentavam o setor. A comissão deu um norte para as políticas nacionais e incentivou os investimentos nas esferas estaduais, porém logo foi extinta (CRUZ, 2002). Em 1959, com a criação da instituição desenvolvimentista que visava à superação do subdesenvolvimento econômico na região Nordeste, a SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste¹¹, o governo federal firmou na atividade turística um dos carros chefes para investimentos financeiros e direcionamento das verbas.

As medidas políticas, aliadas a expectativas e interesses de grupos que inscrevem seus desejos na cidade constroem em Natal uma idealização em torno da atividade turística. São criados desejos e expectativas que impulsionam ações como a do jornalista, bacharel em direito e escritor José Alexandre Garcia, que na década de 1960, motivado por essas expectativas elaborou o primeiro roteiro turístico da cidade (figura 9)¹².

¹¹ SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste, para mais informações sobre o órgão ver < <http://www.sudene.gov.br/site/menu.php?idioma=ptbr&cod=202> >, consultado em 17/02/11.

¹² Roteiro Turístico da Cidade de Natal: Escrito na década de 1960 pelo bacharel em direito e jornalista José Alexandre Garcia, é composto por 59 páginas. Os originais estão em processo de publicação e na posse do seu filho Eduardo Alexandre Garcia, que nos ofereceu as cópias para o uso na pesquisa. O roteiro turístico de José Alexandre Garcia é escrito de maneira poética e envolvente. O autor desnuda a cidade ao desejo do visitante, incita-o de uma forma intensa a percorrer os espaços de Natal. Dos monumentos históricos, às paisagens monumentais, nada passa despercebido pelo olhar de Alexandre.

Figura 9: Roteiro Turístico de 1960.



Fonte: Documento de Eduardo Alexandre Garcia. Roteiro turístico de José Alexandre Garcia é composto de 59 páginas. O roteiro inicia-se no Forte dos Reis Magos, percorre prédios públicos, principais ruas e praças, passa pelas praias e finaliza com um roteiro gastronômico. Entre 1959/1960. Cedido para essa pesquisa por Eduardo Alexandre Garcia.

Apesar dos projetos de modernização estabelecidos, a distância entre a realidade local e o ideal assumido era imensa. Um problema fundamental era o fato de que o processo de transformação espacial pelo qual a cidade de Natal passava não era consequência do progresso econômico alcançado pela capital – como por

exemplo um desenvolvimento alcançado por intermédio de investimentos e melhorias na qualidade de vida e expectativa dos cidadãos locais –, mas era justamente o contrário, já que se antecipava a esse progresso. Nessa urgência, o espaço vai sendo artificializado, mercantilizado e promovido. Com a centralização do poder estatal a partir do golpe militar de 1964, a política de desenvolvimento econômico é planejada e passa a ser dada preferência a implementação de propostas vindas da iniciativa privada. Logo, as políticas nacionais passam a privilegiar o local com ênfase ao desenvolvimento regional.

Nesse cenário, o setor do turismo ganha maior visibilidade e passa a ser favorecido pela ideia de que é capaz de proporcionar o crescimento econômico. Da mesma forma, também acredita-se que é capaz de reduzir os desequilíbrios sociais. Com a criação da Superintendência de Hotéis e Turismo do Estado em 1964 (SUTUR), órgão estadual, associado às políticas de industrialização de âmbito federal, a infraestrutura local foi melhorada. O estabelecimento de uma rede hoteleira foi viabilizado no estado do Rio Grande do Norte, como destaque em Natal para o Hotel Reis Magos (1965). No ano de 1966, é instituído o Plano Nacional do Turismo (PLANTUR), o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo. De acordo com a geógrafa Rita Cruz o PLANTUR, um elemento básico da política nacional que envolve o turismo, jamais saiu do papel (CRUZ, 2002).

As ações que visavam inserir o turismo, embora ignorassem, sistematicamente, o complexo conjunto das relações que envolvem os espaços onde estão constituídas, fato que historicamente pode ser constatado na maioria das políticas urbanas brasileiras, essas ações, no momento em que eram discutidas, levadas ao público, eram temas de jornais, assuntos de rádio ou de televisão e se impunham às expectativas coletivas. O que fez com que a cidade fosse sendo reconstruída, materializada e identificada como a Cidade do Sol. As temperaturas elevadas praticamente todo o ano, as areias brancas dos campos dunares, o azul do céu e do mar e as falésias que constituem paredões avermelhados, corporizaram-se em exóticas e apreciadas paisagens que eram divulgadas.

Uma das primeiras chamadas públicas de âmbito nacional, para a construção da imagem paisagística da cidade de Natal, como o destino turístico da Cidade do Sol, está relacionada a um significativo reclame publicitário, que circulou por todo o país, na década de 1960, em um semanário ilustrado e popular que

permitia a visualização de espaços que se modernizavam¹³. É um período marcado por golpes, por resistências, por planejamentos e possibilidades futuras. Nessa realidade, os espaços em Natal passam a ser reconstruído em prol do turismo, seguindo a lógica do sol e mar em busca do desenvolvimento regional. Com o objetivo de chamar a atenção do olhar do turista, Cassiano Arruda Câmara¹⁴, jornalista local, implementou o texto sobre a cidade. (figura 10: fatos e fotos, p. 43).

O turismo passou a ser associado pelo jornalista como uma das “indústrias” necessárias ao progresso de Natal (figura 11: fatos e fotos, p. 44 e 45). O objetivo de chamar a atenção do outro pelos espaços urbanizados e pela tecnologia, se intercala com a chamada para o paraíso idílico, para o folclore e a cultura popular de modo geral (figura 12: fatos e fotos, p. 52 e 53). O texto está inserido nas noções econômicas e sociais de desenvolvimento que envolve o país. São discursos e imagens de “realidades” que cristalizam um imaginário fotográfico sobre o espaço relacionado à tônica que as revistas ilustradas do período davam à descoberta de várias imagens do Brasil (figura 13: fatos e fotos, p. 46 e 47).

No trecho em que o jornalista fala da Barreira do Inferno, base de lançamento de foguetes, construída na época da Segunda Guerra Mundial e um motivo de orgulho para toda a cidade, existe uma extrema valorização do período. Trata-se de um período associado a uma fase de desenvolvimento, também, de uma maneira da cidade ter seu nome presente “no noticiário de todos os grandes jornais e revistas”¹⁵, pela relação que desenvolveu com a grande potência norte-americana (figura 14, fatos e fotos, p. 50 e 51). Para o autor do texto a barreira do inferno é um dos primeiros resultados práticos de chamadas para o turismo e que deve ser associado ao serviço de hotelaria e transportes, juntamente com a oferta de atrações naturais ou artificiais. Não existe a ideia de um planejamento que envolva a população e os impactos que o turismo pode trazer à cidade, há somente, a ilusão inocente da atividade “industrial” favorável à localidade.

Percebe-se que as transformações ocasionadas no espaço de Natal em decorrência da guerra são absorvidas como se estivessem relacionadas ao bem geral. No discurso hegemônico, o que se projeta é o deslumbre, afinal como narra o

¹³ Revista semanal Fatos e Fotos. Especial : Natal – A Cidade do Sol. Bloch Editôres: Brasília, 29 de agosto de 1968, nº 395, pág. 43 – 58.

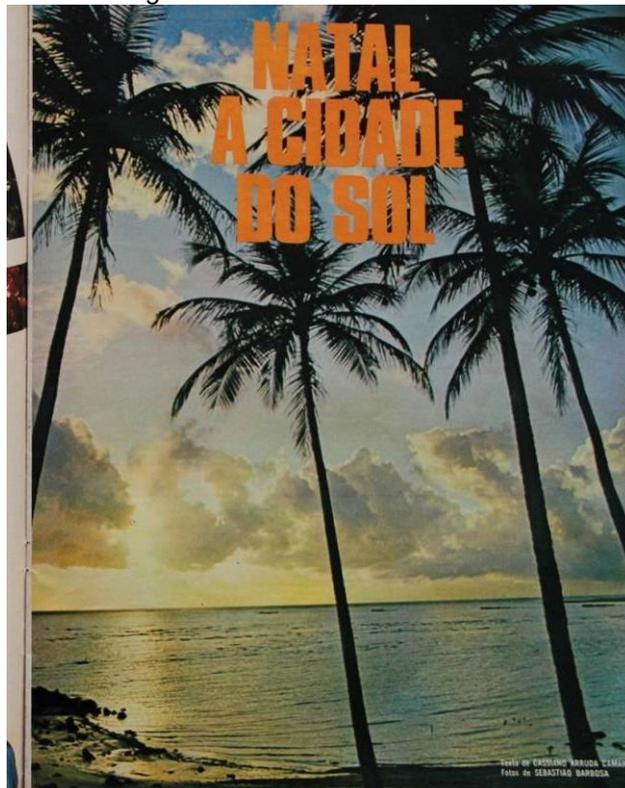
¹⁴ No dia 11 de junho de 2012 tivemos um contato por telefone com Cassiano Arruda, o autor do texto Natal Cidade do Sol, nos revelou que logo após o lançamento da revista, a prefeitura comprou a matéria e publicou em folhetos para distribuição gratuita entre a população e turistas.

¹⁵ Idem, pag. 54.

texto: Não é sem motivo que os locutores das rádios em Natal, ao anunciarem a hora certa, diziam: 'Na capital espacial do Brasil são 13 horas'. Nada mais progressista do que ser a capital do espaço (figura 15: fatos e fotos, p. 54 e 55). As distintas temporalidades e a espacialidades que circunscrevem o local parecem suspensas diante dessa lógica.

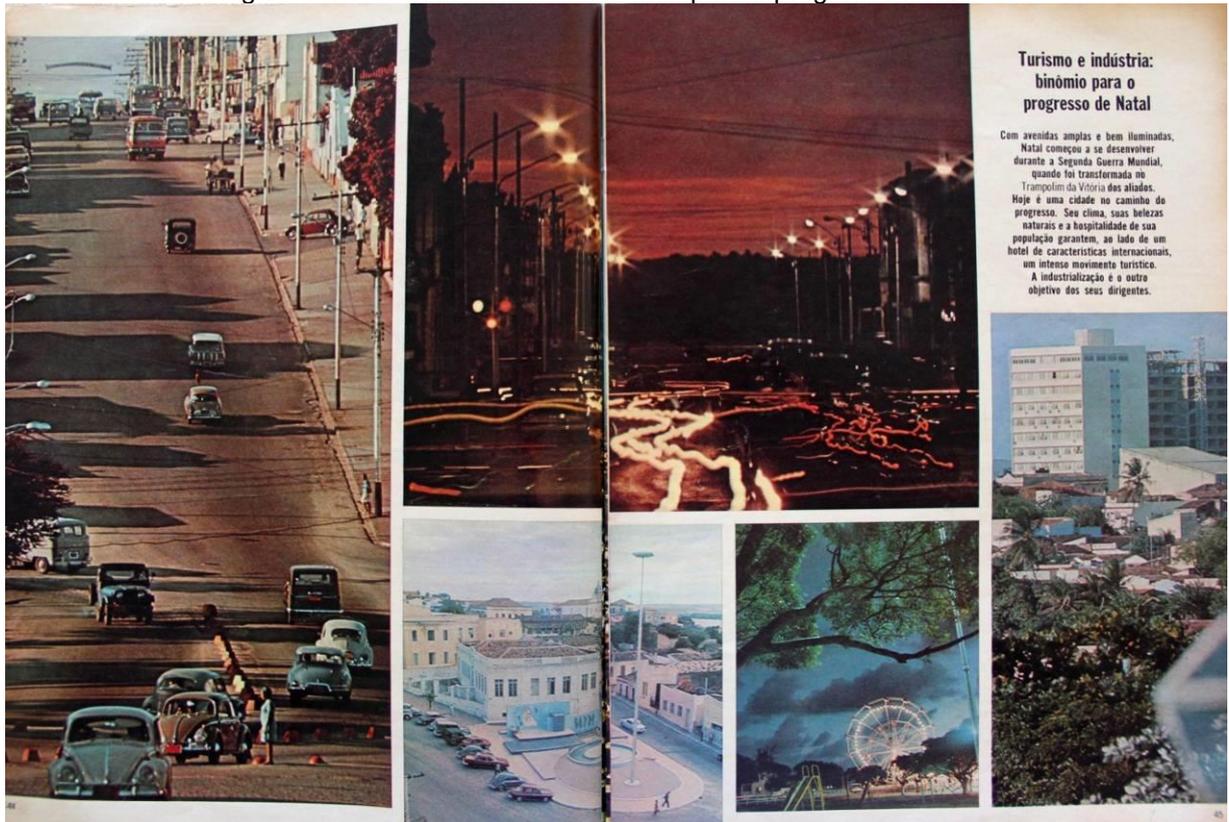
O discurso do progresso e da industrialização leva Natal a almejar e inscrever as transformações alinhadas à lógica do desenvolvimento das grandes metrópoles. As imagens contradizem-se, ao mesmo tempo em que projetam a capital em um ritmo de velocidade dos foguetes, destaca como característica o tempo ritualizado dos cultos, do ambiente paradisíaco, do menino que vende passarinho na feira. Contradições da capital espacial e de paisagens paradisíacas, santos, carrancas, procissões, promessas e fé no futuro. Um futuro que o turismo, essa atividade carregada de simbolismo, baseada em modelos externos, é divulgado como capaz de proporcionar. Vale ressaltar, que logo após a matéria da revista fatos e fotos ter sido publicada foi comprada pela prefeitura e reproduzida em folhetos para serem distribuídos, em pontos estratégicos da cidade, entre a população de residentes e turistas.

Figura 10: Natal A Cidade do Sol



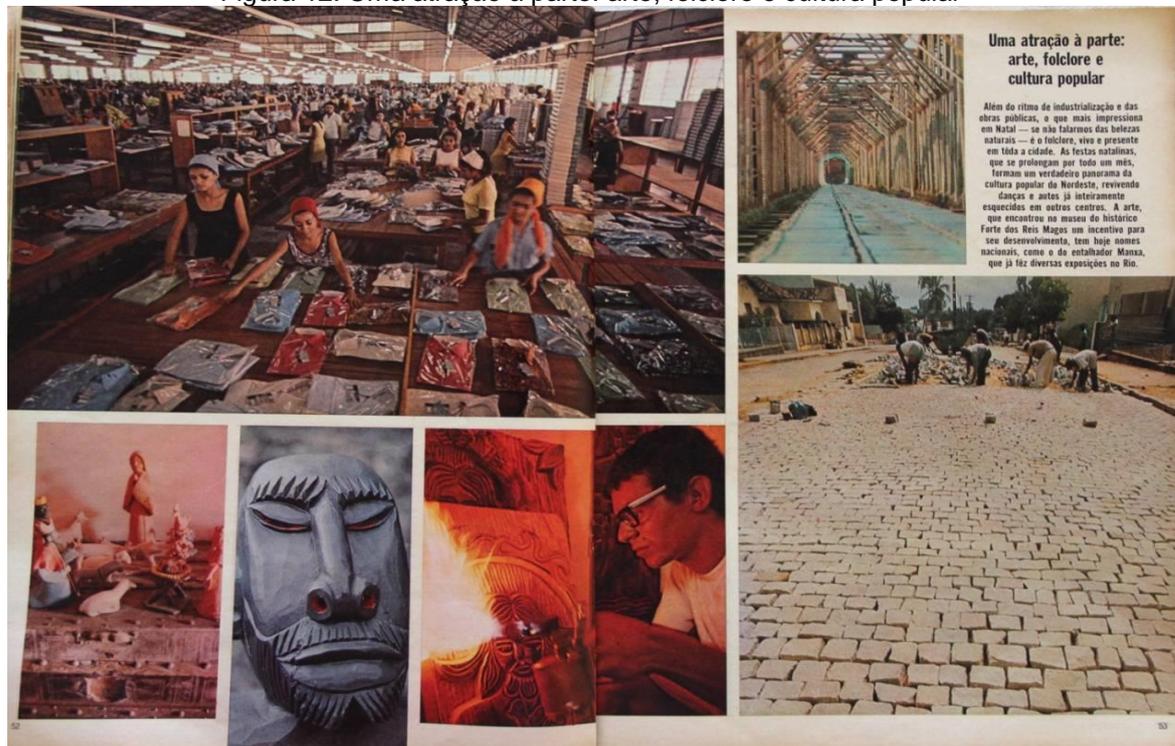
Fonte, Revista Fatos e Fotos, agosto de 1968.

Figura 11: Turismo e indústria: binômio para o progresso de Natal



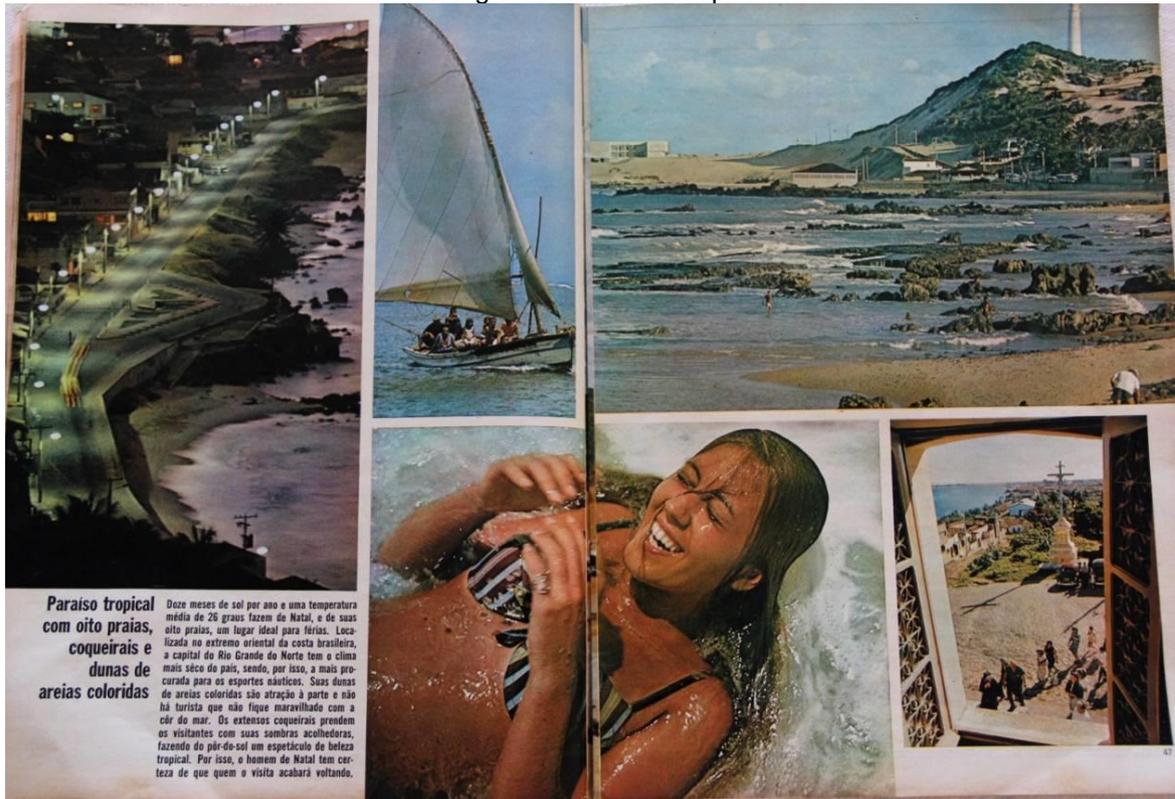
Fonte, Revista Fatos e Fotos, p. 44 e 45

Figura 12: Uma atração à parte: arte, folclore e cultura popular



Fonte, Revista Fatos e Fotos, p. 52 e 53.

Figura 13: Paraíso tropical



Fonte, Revista Fatos e Fotos. Paraíso tropical com oito praias, coqueirais e dunas de areias coloridas, p.46 e 47

Figura 14: Barreira do Inferno



Fonte, Revista Fatos e Fotos. A cidade de Natal tem a Barreira do Inferno, p. 50 e 51.

Figura 15: Natal é a quarta cidade do Brasil



Fonte, Revista Fatos e Fotos. Natal é a quarta cidade do Brasil e já nasceu cidade, com nome e tudo, p. 54 e 55.

3 A FOGRAFIA NOS CARTÕES-POSTAIS

3.1 NOTAS PARA A FOTOGRAFIA

A invenção da fotografia no ambiente moderno trouxe uma sensação de mistério, dúvida e desassossego. Transcendeu tudo o que havia sido construído até então. Toda a consciência estabelecida pelo indivíduo, durante séculos, foi sobrepujada no momento em que seu rosto e seus feitos eram representados de acordo com a ideologia do momento, tal como se apresentavam dotados de uma relação essencial com o referente. Era a certeza cada vez mais presente do desenvolvimento técnico e ideológico do momento. O domínio racional do mundo incluía o indivíduo na categoria de objeto a ser analisado, calculado e classificado. Não havia mais a possibilidade que dava ideia da dúvida ou do erro.

Se, no campo das ciências humanas, pesquisas relevantes sobre a fotografia já foram realizadas, os estudos sobre as imagens fotográficas conectadas

ao turismo, na grande área que envolve a disciplina é praticamente nulo¹⁶. A possibilidade de difusão das imagens, principalmente a fotográfica, tornou-se um marco na história da humanidade e criou um universo de representações no qual a atividade turística está essencialmente inserida.

A necessidade de estabelecer um recorte que priorize o ponto de vista do campo acadêmico no qual observaremos a fotografia é primordial, ante a sua amplitude temática e enraizamento de forma demasiada extensa em diferentes âmbitos sociais. Abarcá-la em todas as suas dimensões seria uma tarefa improvável, porém, isso não impede uma reconstrução de seu percurso, ocupando-nos em historicizar, de maneira geral, as nuances que exerceu ao firmar-se nos diferentes contextos do espaço/tempo social. Não é empecilho para se revisar a representação e o simbolismo capazes de iluminar as mudanças ocorridas em sua trajetória, visto que diante da inserção da fotografia na sociedade surgem vários olhares que almejam apreender seus sentidos. Além das disciplinas que já a adotavam como prova técnica de algum evento, áreas epistêmicas como: arte, filosofia, semiótica, história, sociologia, etc., abrem-se como itinerários que visam permear seus múltiplos enunciados e focar a abrangência imagética de seus elementos: um caminho além da ilustração.

A imagem possui as marcas da (re)criação que conectam o indivíduo ao seu meio. De acordo com sistemas elaborados para a percepção decodifica-se e manifesta-se o imaginário individual e coletivo do espírito humano. Consoante à ligação intrínseca que exerce com a trajetória humana Boone (2007, p. 13) ressalta que: “desde o homem pré-histórico a imagem tem importância fundamental como elemento de registro de si próprio ou de suas ações, percebidas desde as pinturas das cavernas, nas cerâmicas e em outros artefatos históricos”. O que nos permite alcançar o quão vigoroso é esse signo enquanto fragmento das inúmeras narrativas sobre o mundo, nesse aspecto sua importância abrange-se sobremaneira. Sem dúvida, das diversas fontes iconográficas – pintura, escultura, televisão, cinema e etc. – a fotografia caracteriza-se como um ícone da cultura visual, vigente por mais de um século e meio.

¹⁶ Uma das iniciativas mais recentes de investigação nas relações que envolvem a fotografia e o turismo foi realizada em 2011, no Programa de Pós Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, por meio da dissertação intitulada FOTOGRAFIA E MARKETING: uma análise dos atrativos turísticos da cidade de João Pessoa (PB).

A possibilidade de reproduzir automaticamente um instante do mundo real, em uma imagem “espelho” foi mais uma das aptidões materializadas em meio às transformações ocorridas no século XIX, por intermédio dos recursos tecnológicos, que fascinou e serviu aos projetos científicos e aos demais ideários majoritários no período. O cenário embrionário da fotografia está associado aos meios de produção cultural da modernidade, momento de ascensão da burguesia, do crescimento e expansão das indústrias, da propriedade privada e do automotismo que caracterizavam a Revolução Industrial.

Nesse período peculiar do pensamento humano, preocupado com a sistematização racional do conhecimento a sociedade testemunha o surgimento desse tipo particular de imagem: a fotográfica; que opera com a imobilização de um momento no tempo, retratando objetos, pessoas e lugares. Porém, essa crença na apropriação de fragmentos de um momento real, da reprodução de maneira mecânica da realidade visual como ressalta José de Souza Martins (2009, p.29), é a expressão de uma das grandes e fundantes ilusões da sociedade contemporânea: a da paralisação da vida.

Para estabelecermos as premissas desse imaginário coletivo – o caráter fidedigno da imagem fotográfica – é necessário nos reconduzirmos ao, já comentado, período renascentista que no século XIV buscou modos de retratar a realidade de maneira mais próxima ao olho humano. Considerando este intento floresceu a perspectiva *artificialis* ou unioocular que baseado no sistema da perspectiva dos pintores nomeava a técnica pictória. Um modo de distinguir essa técnica era contrapô-la à perspectiva “comum” ou “natural”. Como descrito anteriormente, grande parte desses estudos coadunam-se à teoria geométrica euclidiana com alusão a profundidade nas representações espaciais. O enquadramento das representações do espaço foi decisivo, em termos de isolamento e observação da natureza, para dar visibilidade e autonomia ao conceito que revisitamos sobre a paisagem. Desse modo um código cultural que propagou-se a partir do século XV.

A convenção da perspectiva como objeto referencial procedente do real esta organizada por intermédio de um ponto central – o ponto de fuga –, ordenador da materialização dos objetos reproduzidos em relação a sua posição a outros objetos inclusos no campo pictório. Trata-se, então, de um sistema ordenador, no qual o espaço assume um caráter concreto e imutável, ante aos objetos que sobre

sua base tem caráter móvel. Essa maneira de percepção efetivamente transformou os olhares, conferiu uma nova visualidade em relação ao sujeito/objeto/natureza, separando, destacando e dotando-os de inteligibilidade. Foi uma técnica revolucionária que conjugava uma consciência inovadora, com transformações e evoluções que levou o indivíduo a empreender meios de representação que cada vez mais buscava aumentar o grau de veridicidade dos objetos (COSTA & SILVA, 2004).

A base consistia na construção desses conhecimentos não estar mais calcado nas lógicas religiosas de conversão do outro e dos espaços. As mudanças implementadas em todas as esferas da vida social, econômica e cultural nortearam as buscas sociais por meio de uma realidade científica, baseada na modernidade técnica. Nesse ínterim, a fotografia emerge enquanto a mais sofisticada produção da técnica científica com sua inovadora tarefa de representação do real, intermediada pela utilização da máquina e da técnica; enquanto sistema mecânico e de precisão, à disposição dos preceitos científicos caracterizou uma cultura visual até então inédita.

A primeira imagem registrada, datada pela história oficial e reconhecida como fotográfica, pertence ao francês Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833). Empolgado com o sucesso da arte litográfica começou seus experimentos valendo-se da câmara escura, do instrumento ótico e de placas fotossensíveis. Em 1826¹⁷, chegou a materialização do processo que denominou por “*Heliography*” (gravura de luz solar), com oito horas de exposição à luz fixou a famosa imagem “*View from the Window at Le Gras*” (fotografia 2)¹⁸. Apesar de ter seu nome vinculado à invenção da primeira fotografia, essa conquista não foi uma obra isolada, foi um processo decorrente de várias experimentações em diferentes pontos e que envolveu outras pessoas. As políticas sociais da época, as condições econômicas e territoriais, assim como os critérios científicos, favoreceram na história o destaque de alguns nomes e das suas técnicas e o obscurecimento de outros, como esclareceremos mais adiante (LEGGAT, 1999).

¹⁷ Ainda que essa data seja oficializada existem divergências quanto a sua veridicidade. Um exemplo é o do pesquisador Boris Kossoy, que embora concorde que Niépce foi certamente autor das primeiras imagens permanentes obtidas por processo fotográfico questiona essa data, “seria 1824 ou 1826”? (KOSSOY, 2006, p.121)]

¹⁸ “Vista da janela em Le Gras”, nome dado a imagem de Niépce, marco o início da fixação da imagem por meio da técnica, em 2003, foi publicada pela Revista *Life* entre as 100 fotografias que mudaram o mundo. *100 Photographs that Changed the World*. New York: Revista *Life*, 2003.

Fotografia 2: Vista da Janela de *Le Gras*.

Fonte: <http://www.hrc.utexas.edu/exhibitions/permanent/wfp/>

Em sequência, Niépce procurou, entre os estudiosos do procedimento, fazer parceria, após cautelosos contatos – selada em contrato em 14 de Dezembro de 1829 – com o pintor e físico Louis Jacques Mandé Daguerre (1781- 1851), com o objetivo de melhorar o processo e fazer ajustes necessários. Niépce faleceu pouco tempo depois de firmada à sociedade, em 1833, no anonimato.¹⁹ Deixou seu parceiro em uma situação privilegiada em relação às pesquisas, visto as realizações concretas que já havia alcançado (KOSSOY, 2006).

Daguerre deu continuidade aos estudos e provavelmente entre os anos de 1834 ou 1835 –, “de forma acidental, ao que parece” – percebeu a imagem nítida e detalhada em uma placa exposta, o que seria o processo de revelação. O tempo de exposição ainda era um agravante, quando conseguiu com o tratamento dos vapores de mercúrio, reduzir o tempo de exposição à luz de horas para minutos, cerca de 20 a 30 minutos (KOSSOY, 2006, p.123). O que continuava sem solução era o problema em relação à fixação das imagens nas placas. Por volta de 1839, valendo-se da descoberta da substância química de hipossulfito de sódio feita pelo inglês Herschel, que também procurava resolver o problema de estabilização da imagem – processo que no mesmo ano foi revelado na França com permissão do pesquisador – conseguiu a fixação ideal para suas imagens. Depois de ter seu processo constituído Daguerre contou com o apoio político do amigo astrônomo e secretário permanente da Academia de Ciências de Paris (fotografia 3), que propôs ao governo Francês a compra do invento. O pagamento veio em forma de uma significativa pensão vitalícia para Daguerre e o filho de Niépce (KOSSOY,2006).

¹⁹ Texto *The First Photograph*, sobre a primeira imagem permanente de Niépce, disponível no site do Centro Harry Ransom localizado na Universidade do Texas.

Em 19 de agosto de 1839 foi reconhecido no instituto da França e anunciado ao mundo a invenção do novo processo de fixação de imagens que levou o nome de seu idealizador e foi doada pelo governo a vários países. Ao inventar o daguerreótipo, a intenção de Daguerre – como a de outros pesquisadores que também se debruçavam sobre o mesmo objeto –, era poder recriar a perspectiva de forma automática e tão perfeita a ponto de reprimir a própria representação, dando a imagem objetivada tal grau de perfeição que pudesse se passar pelo real. A partir daí, desde as primeiras imagens produzidas pelo daguerreótipo, o que se viu foi uma corrida de aperfeiçoamentos tecnológicos destinados à criação de imagens mais próxima da realidade (LEGGAT, 1999).

Fotografia 3: primeiro daguerreótipo feito por Daguerre.



Fonte: <http://www.hrc.utexas.edu/exhibitions/permanent/wfp/>

De antemão, foi frisada a necessidade de esclarecimento a cerca dos registros oficiais em relação aos inventores da fotografia e suas técnicas. Na época em que operou-se a fixação da imagem, no caso a fotografia, já havia todo um contexto que indicava “que a hora de sua invenção chegara e vários pesquisadores, trabalhando independentemente visavam o mesmo objetivo”, como nos descreve Walter Benjamin, que era “fixar as imagens da *câmara obscura*, conhecidas desde Leonardo” (1987, p.91).

Fica claro a multiplicidade de técnicas que poderiam estar sendo desenvolvidas em diferentes espaços. Ao ser destacado isoladamente um inventor, estamos diante da relação de poder que revela o quê a história oficial, em dado momento, estabelece como “verdade”. Dessa forma, podemos apreender que o conhecimento histórico não é algo finalizado ou estratificado. Ao contrário, é um processo dinâmico, que revivifica os fatos passados por estar em contínua construção, não nos oferece o todo de um conjunto, mas partes desse todo, frações que iluminadas indicam direções que fragmentam, isolam, escurecem e até fazem

perder de vista outros caminhos, a descoberta da fotografia bem exemplifica isso, como descreve Kossoy (2006, p. 127):

Herschel empregou o termo *photography* pela primeira em fevereiro de 1839. [...] Outros precursores ainda poderiam ser citados, como Hippolyte Bayard, funcionário público do governo da França, que foi habilmente deslocado por Francisco Arago – comprometido com Daguerre – de uma posição mais destacada na história da descoberta da fotografia.[...] Devemos frisar, novamente, o fato de que uma descoberta nunca surge do nada; ela é o resultado de um processo cumulativo de outras descobertas que vão sendo elaboradas ao longo do tempo, por vezes ao longo de séculos.

O contexto social e econômico em que germinou esse invento marca o etnocentrismo europeu impulsionado pela revolução industrial e pelo fato do território ser o berço das mais importantes descobertas científicas e tecnológicas do momento. Um período de grande opulência socioespacial que se ocupou com a formação de grandes nomes, vinculados aos interesses em voga. Logo, a possibilidade de regularizar experiências pré-existentes às já lavradas pelos meios oficiais europeus, por pessoas que seus feitos e suas relações sociais não eram influentes, mormente, se essas estivessem estabelecidas em territórios colonizados, como, por exemplo, o da “exótica” América latina, acarretariam grandes desconfortos.

Histórias do invento fotográfico ficaram nas sombras e somente quase um século e meio depois da datação oficial, veio à tona a comprovação da história de Hercule Florence (1804 -1879) ²⁰, que mesmo em poucas linhas, já que não é a essência dessa pesquisa, vale referenciar. A história de Florence é a revisão da história isolada do pioneirismo do processo fotográfico. Esse cenário há pouco tempo descrito pelo historiador Boris Kossoy (2006), trás a baila novos fatos que confirmam as experiências desenvolvidas pelo francês Hercule, cujos resultados ele havia alcançado com sucesso no Brasil; na ainda “sem relevância” província de São Carlos, atual cidade de Campinas, localizada no estado de São Paulo, muitos anos antes que Daguerre.

Kossoy (2006), um dos maiores estudiosos em âmbito nacional da fotografia desconstrói por meio de sua pesquisa a hegemonia histórica direcionada a Daguerre. No ano de 1976 o fotógrafo e historiador divulgou em um simpósio norte -

²⁰ Para um maior conhecimento sobre o assunto ver; KOSSOY, Boris. Hercules Florence, a descoberta isolada da fotografia no Brasil. 3 ed. São Paulo: Edusp, 2006.

americano a descoberta da fotografia no Brasil, que para ele já irá completar 180 anos, em 20 de janeiro de 2013. O estudioso revela as condições sociais, econômicas e políticas do meio em que Florence viveu, desenvolveu suas atividades como artista plástico e levou adiante suas experiências precursoras com a fotografia.

De acordo com os documentos escritos por Florence, constata-se o pioneirismo do cientista, não somente na materialização da técnica, mas inclusive, ao utilizar o termo fotografia para nominar seus experimentos. O processo de registro da imagem descrito por Florence em seus manuscritos, no qual utilizava a amônia, foi refeito, avaliado e legitimado por químicos dos EUA a pedido do pesquisador Boris Kossoy. Depois dessa comprovação importantes pesquisadores da fotografia passaram a citar Hercule Florence como “um dos pais” da fotografia. Utilizamos “um dos”, pois entendemos junto com Kossoy (2006), que a fotografia não foi inventada por um único indivíduo. Nem Niépce, nem Daguerre devem deter essa exclusividade, visto que antes a fotografia foi inventada também na Inglaterra por William Talbot (1800 – 1877),²¹ nas Américas por Hercule Florence, entre outros nomes que ainda podem vir a surgir.

Florence um dos menos conhecidos, porém comprovadamente pioneiro na técnica da fotografia, por encontrar-se distante do centro hegemônico de geração das ideias e tecnologias dominantes da época, pagou o preço do anonimato por se encontrar em um espaço considerado periférico que o mantinha em isolamento, sendo por muito tempo silenciado. Almejou ser reconhecido por sua invenção, mas quando soube pelos jornais o alvoroço causado pelo invento do mecanismo que fixava as imagens, feito por seu conterrâneo declarou:

A fotografia é a maravilha do século. Eu também já havia estabelecido os fundamentos, previsto esta arte em sua plenitude. Realizei-a antes do processo de Daguerre, mas trabalhei no exílio. Imprimi por meio do sol sete anos antes de se falar em fotografia. Já tinha lhe dado esse nome, entretanto, a Daguerre todas as honras. (*apud* MONTEIRO & KAZ, 1998. p. 360).

Nos esforços de diferentes homens a organização espacial dada ao olhar pela perspectiva com o auxílio da estrutura ótica surgida na época de Aristóteles; com os mecanismos da *câmara obscura* que também já eram utilizados pelos

²¹ Astrônomo, químico e linguista inglês, que em 1835, após longos anos de experiências obteve as primeiras imagens fotográficas através do princípio negativo-positivo, a qual denominou por *photogenic drawings*. Para um entendimento maior do assunto ler: Kossoy. Idem.

pintores renascentistas e; com a química, posteriormente, a fotografia conseguiu no ambiente moderno do século XIX ser revelada.

3.2. BREVE HISTÓRIA DO REAL LITERAL

A fotografia através da aparência de realidade com que revelou a imagem em perspectiva que captava, como marco da imagem técnica, atravessou com ímpeto os valores de autenticidade e unicidade referentes às imagens antecessoras ao seu advento. Metamorfoseou as formas de olhar, de apreender, de perceber e de distinguir as coisas que se projetaram no mundo e, também, valores intrínsecos aos seres humanos, como a maneira de lidar com as lembranças, com os esquecimentos, com os eventos sociais e etc. Foi divulgada circunscrevendo as ideologias que permearam o seu desenvolvimento, sobremaneira, acopladas ao que se considerou ser seu centro gerador. Coadunava-se às expectativas e transformações do século XIX, na medida em que conciliava a utilização da máquina, a rapidez e a precisão na captação de imagens apreendidas de um plano do real.

A origem do fazer fotográfico ligada a noção de semelhança com o existente captado por intermédio do seu mecanismo foi marcado pela ideia de “espelho do real”, como tão bem explicita Dubois (1993, p.27):

Trata-se aqui do primeiro discurso (e primário) sobre a fotografia. [...] Embora comportasse declarações muitas vezes contraditórias e talvez polêmicas, o conjunto de todas essas discussões, de toda essa metalinguagem nem por isso deixava de compartilhar uma concepção geral bastante comum: quer seja contra, quer a favor, a fotografia nelas é considerada como *a imitação mais perfeita da realidade*. E, de acordo com os discursos da época, essa capacidade mimética procede de sua natureza técnica, de seu procedimento mecânico, que permite fazer uma imagem de maneira “automática”, “objetiva” ou quase “natural”, sem que a *mão* do artista intervenha diretamente.

A sociedade a abraçou como um sinônimo de imparcialidade e acurácia científica, negando, majoritariamente, em seu resultado final qualquer proposta estética, ideológica e mesmo a interferência humana. Charles Baudelaire (2007 [1859]), foi um dos que lideraram as denúncias contra a ânsia pela reprodução do real, favorecida pela fotografia. É vigoroso ao apontar a técnica como uma memória documental do “real”. A obsessão pela verdade, segundo ele, era intrínseca ao progresso que significava a desaparecimento da alma em prol do crescente domínio da

matéria. Fato que, significava a renúncia da estética do belo e da criação, para escolher a verdade proposta pela ciência material. A fotografia era a escolha do que poderia ser visto e reproduzido ao invés do que pode ser sonhado e criado.

Dubois (1993 p.29) esclarece as circunstâncias ideológicas do surgimento da famosa máquina oitocentista, como imersa, principalmente, na acalorada discussão sobre o fato dessa se constituir em um aparato mecânico ou em uma arte. Como já foi observado, esse período é o momento das separações, das classificações, logo, os artistas reagem à industrialização técnica nas artes: “a arte aqui (a pintura), a indústria ali (a foto).” Na concepção acadêmica do século XIX a arte não poderia ser passível de reprodutibilidade, o seu conceito estava ligado ao ideal renascentista. Nessa lógica o artista era o gênio que produzia algo além do simplesmente material. A cada prática deve ser reservado o seu campo próprio.

A aversão dos artistas à difusão da técnica fotográfica, como uma espécie de arte, se dá devido ao seu caráter de cópia, ao seu aspecto mercadológico, documental e burguês, que vai contra as ideologias elitistas que congrega a crença da arte ser despossuída de qualquer finalidade e de funções sociais. Contudo, até entre os amantes da arte, havia os que estavam na contramão do pensamento majoritário. Mesmo entendendo-a como um registro fidedigno do visível, capaz de capturar o real com veracidade, viam valor no fato dessa ser capaz de se encarregar das funções sociais e utilitárias, deixando a arte livre em suas finalidades (DUBOIS,1993).

Benjamin (1987, p. 97) indica que a evolução da fotografia para desempenhar os papéis sociais e utilitários foi tão expressiva que logo após o seu invento a maioria dos pintores de retratos em miniatura se transformaram em fotógrafos. “Não é por acaso que o retrato era o principal tema das fotografias” (BEJAMIN, 1987, p. 174). Entretanto, o fulgor com que a sociedade a abrigou não deixou de, em seus primórdios, causar certa magia. Os aspectos vivos e tão verídicos como a própria natureza, causavam perplexidade, maravilha e assombro.

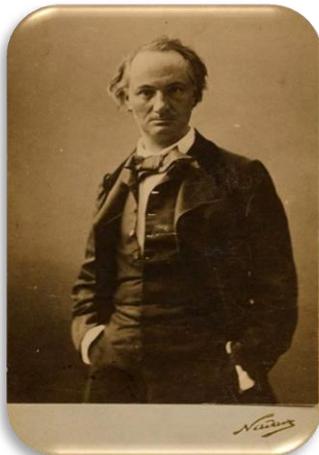
Benjamin mostra que o próprio tempo gasto com a longa exposição, favorecia os modelos incorporarem uma postura rígida e profunda no qual encarnavam e cresciam dentro da imagem. Tudo nesse cenário inaugural do daguerreótipo era feito para durar, para revelar os aspectos fisionômicos apreendidos pela misteriosa experiência que se enraizava. Nesse espírito, mesmo ciente dos olhares duros, supostamente dirigido ao observador, Benjamin (1987, p.

95) cita, as afirmações do “velho Dauthendey”, em relação à surpresa que causou o daguerreótipo :

As pessoas não ousavam a princípio olhar por muito tempo as primeiras imagens por ele produzidas. A nitidez dessas fisionomias assustava, e tinha-se a impressão de que os pequenos rostos humanos que apareciam na imagem eram capazes de ver-nos, tão surpreendente era para todos a nitidez insólita dos primeiros daguerreótipos.

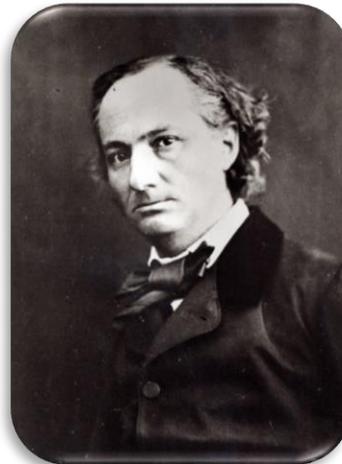
As primeiras imagens fotográficas remetem à captação dos mistérios imanente ligados aos rostos fotografados, que sugeriam algo externo às próprias fisionomias. Afinal, pela primeira vez, uma máquina criava imagens que só eram possíveis pelas mãos do indivíduo e de realidade tal, nunca vista anteriormente (BENJAMIN, 1987). A novidade foi se estabelecendo, despertando em seu início, desejo, suspense e contradições. Das ambivalências, em relação ao daguerreótipo, Dubois (1993) aponta, o senso contraditório do teórico Baudelaire (Fotografia 4 e 5), pois ao mesmo tempo que denunciava a imagem fotográfica como parte de um gosto vulgar das multidões, pediu a Nadar e a Carjat –pintores de miniatura que transformaram-se nos primeiros fotógrafos –, que fizessem vários retratos seu (BENJAMIN, 1987, p. 97).

Fotografia 4: Baudelarie por Nadar.



Fonte: Le Maze Studio.
www.lemaze-studio.com

Fotografia 5: Baudelarie por Carjat



1855. Fonte: Le Maze Studio.
www.lemaze-studio.com

A contradição de Baudelaire, ilustra o êxtase causado pelos grandes símbolos e elementos da modernidade: como o daguerreótipo.²² A realização das imagens monocromáticas e melancólicas, ao mesmo tempo em que encantava por sua veracidade, atemorizava por seu aspecto congelado e sombrio. O teórico no momento que escreve seu famoso protesto está vivendo o processo de transformações.

Como um autêntico “Orfeu” e poeta Baudelaire traduz para a linguagem que lhe é mais apropriada a sensação “monstruosa” que sente ao ver a multidão exaltar a produção mecânica racional. A possibilidade de ver a arte associada a processos industriais e a toda transitoriedade que está sendo instaurada nas metrópoles, que estava sob a égide do fluxo do inusitado e da rápida obsolescência provocados pelo capitalismo, causa a sensação de choque. Choque pelas vertiginosas modificações que ocorreram e davam ao indivíduo a certeza de que tudo é incerto e transitório, porque tudo está em transformação. Desde a paisagem que está mudando a todo tempo até a velocidade que faz os carros desaparecerem coloca o sujeito em situação de instabilidade profunda, de um novo mundo, muitas vezes, ordenado por valores como dinheiro ao invés dos conhecidos valores tradicionais. Situações novas que propiciam o estado de medo, o estado de êxtase e colocam a metrópole como o maior cenário dessa vertiginosa e surpreendente modernidade que “chocava” diante das rápidas mudanças (SEVCENKO, 1992 p.17-88).

Eram necessárias novas formas de ver e absorver o mundo. Assim como a máquina fotográfica que constituiu-se na (re)construção dos olhares e no estabelecimento de novas práticas para lidar com o público em formação. As primeiras fotografias ficaram restritas a quem detinha o método artesanal de seu processo. Materializadas pasmavam os seus expectadores, pois: “(o) rosto humano era rodeado por um silêncio em que o olhar repousava” (BENJAMIN, 1994, p. 95). O próprio olhar-se na fotografia era uma importante mudança de percepção. “A Fotografia transformava o sujeito em objeto”, e foi preciso então aprender a olhar esse objeto feito da própria imagem e aprender, também, a ser imagem (BARTHES, 1984, p. 25).

²² Para um maior entendimento sobre a sensação de êxtase e de choque causado pelas transformações do mundo moderno ver: SEVCENKO, Nicolau. *Orfeu extático na metrópole*: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Companhia das Letras, 1992, p. 17-88.

Para ilustrar essa passagem escolhemos uma fotografia (fotografia 6), de um dos fotógrafos que estão presentes no texto “pequena história da fotografia” de Benjamin (1994).

Fotografia 6: Por David Octavius Hill e Robert Adamson



Na imagem Isabella Burns, provavelmente entre 1843 e 1846, irmã do famoso poeta Robert Burns. Acervo da *Galleries of Scotland Commons*, hospedado na Galeria virtual flickr.

Os olhares que muitas vezes pareciam seguir quem os observava, deixavam muita gente deslumbrada. Em certos casos, as pessoas sentiam-se aterrorizadas, contudo, uma coisa podia ser afirmada; todos queriam ser fotografados, independente da relação que cada pessoa travara com a nova imagem técnica. Nesse período, a fotografia ainda era reservada às minorias, às ocasiões especiais, particulares ou únicas: casamentos, batizados, reuniões de famílias e até mesmo para a recordação na morte de um ente querido. Serviram também de presente, era comum até o início do século XX, os amigos oferecê-las como prova de carinho e fidelidade.

A relação que Benjamin faz dos primeiros retratos fotográficos com a “aura” – somente das primeiras fotografias, já que a fotografia rompe com a aura por

democratizar as experiências – tem a ver com seu caráter inapreensível inicial, oculto ao conhecimento. E, com a possibilidade de ser vista como fonte de inspiração para o culto. Algo ainda distante a ser contemplado, incessível, mantém-se "longe, por mais próxima que esteja".

Deixar-se fotografar exigia uma grande abertura, não só do obturador, mas das crenças que ajudavam a prender os corpos em longo tempo de rigidez e a sustentar as faces tensas, de melhor modo possível, para transcender de maneira admirável a própria vida que a deu sentido. Cenário que faz com que os agentes dessa produção (fotógrafo e fotografado) tenham que se dar com a alma, ao mesmo tempo em que devem racionalizar o êxtase de viver uma produção ainda "irracional" em muitos aspectos, principalmente por transgredir a tradicional. É o sabor de uma experiência ainda particular.

É o momento duplo, inaugural dessa técnica científica em suas bases. A melancolia, o sentimento, a singularidade, a dúvida que essas fotografias causam, as dotam de uma beleza inigualável, em que "a aura acena pela última vez na expressão fugaz de um rosto nas antigas fotos." É isto que faz a sua melancolia e beleza inigualáveis (BENJAMIN, 1987, p. 174). O êxtase na fixação dessas imagens, nem mesmo diante de todo o realismo capaz de oferecer, não fez com que os primeiros exemplares dessa técnica fossem visto e aprovados nos cânones da época como arte, nada foi suficiente para fazer com que estas imagens se despissem de seu caráter técnico e científico internalizado por muitos. Afinal, a técnica fotográfica arrastava a concepção inquestionável de que o que se apresentava era tal qual se apresentava.

Aqui aparece, com todo o peso da sua nulidade, o conceito filisteu de "arte", alheio a qualquer consideração técnica e que pressente seu próprio fim no advento provocativo da nova técnica. E, no entanto, foi com esse conceito feitichista de arte, fundamentalmente antitécnico, que se debateram os teóricos da fotografia durante quase cem anos, naturalmente sem chegar a qualquer resultado. Porque tentaram justificar a fotografia diante do mesmo tribunal que ela havia derrubado (BENJAMIN, 1987, p. 92).

O pensador alemão ainda descreve que a fotografia havia mantido a aura nos primeiros retratos materializados com o propósito de salvar algo, que ela mesma como técnica, estava destinada a aniquilar, amparada na concepção materialista do desenvolvimento científico. No momento em que iria possibilitar a qualidade e a

rapidez na reprodução aniquilava o valor do culto da imagem, de algo que se mantém no âmbito da unicidade.

Havia o objetivo claro de documentar e explicitar o mundo, de representá-lo da melhor maneira possível em suas variáveis espaciais, sociais e materiais. E, o modo de recepção da fotografia ao público viabilizava essa lógica de disseminação, que superava a existência única em prol da existência serial. Logo, a fotografia se traduziu em uma experiência coletiva, de consequências sociais e políticas significativas, por seu alto grau de massificação sendo produzidas, reproduzidas e visualizadas cotidianamente.

Já no final do século de sua invenção, a fotografia era sustentada em folhas avulsas e passou também a ser incorporada aos livros e revistas, por meios fotomecânicos de reprodução. Eram acopladas à impressão tipográfica ou impressa em folhas separadas que eram incorporadas às bases no processo de encadernação; desta maneira, foi amplamente difundida como ilustração e linguagem. Em sequência a criação dos filmes substituíveis em rolos negativos capazes de gerar vários positivos coadjuvou a criação das câmeras pessoais, colocando a fotografia mais próxima das massas humanas modernas. O acesso visual aos objetos, paisagens e práticas, fazia com que esses, ao serem mirados pelo público se tornassem irresistíveis e desejados (BENJAMIN, 1987).

A burguesia abraçou essa forma de representação imagética com certo fascínio, uma vez que possibilitava a expansão de seus ideais e ajudava a firmar o desenvolvimento da classe. A ligação fiel que a fotografia tem com o objeto original passa a ser atravessada por manipulações que vão além dos recursos da câmara fotográfica. Os retoques, as fotomontagens, a luz e a interferência nos negativos criaram artifícios que atendiam aos desejos dos compradores. Esses fatores colocavam os fotógrafos detentores dessas técnicas de tratamento da imagem em vantagem diante da concorrência que começava a se estabelecer. Até os fotógrafos mais puristas, renderam-se aos procedimentos de manipulação em favor dos interesses econômicos (COSTA & SILVA, 2004).

A fotografia adaptada aos prazeres do cliente divulgava os modos no qual “se viam” e desejam “ser vistos” socialmente. As vestimentas, a arquitetura, o cotidiano, as práticas, os espaços, enfim, todos os aparatos disponíveis e passíveis de serem reproduzidos e comercializados pelos homens espalhavam-se por meio das imagens fotográficas. As representações sócio-espaciais ancoradas nos

projetos burgueses que circularam nas imagens fotográficas ao mostrar outros e “os outros” estabeleceram sentidos e verdades que se tornaram hegemônicas. Proposições possíveis devido à difusão de um forte convencionalismo que negou e substituiu outros tipos de representações. Essa ocorrência consolidou as expectativas do capitalismo e do domínio social do mercado, próprias da classe que se tornava dominante.

Como bem podemos observar, esse sistema que sintetiza, coordena e classifica os objetos no espaço é um dos maiores modelos de inteligibilidade da sociedade ocidental moderna. Surgiu na sociedade capitalista exercendo uma função social e documental ímpar, sendo muitas vezes entendida como um serviço de utilidade pública²³, por preservar, de certa maneira, a memória dos lugares. Podemos afirmar que no período em que se estabeleceram as maiores transformações urbanas, é também o período que demarca a dinamização das fotografias documentais. Assim, carrega a contradição inerente às formas de pensamento e de arte modernas, que ao mesmo tempo em que origina-se e vincula-se ao processo de modernização da natureza, documenta a destruição da mesma, chamando a atenção, de todo modo, aos prejuízos materiais, sociais e espaciais que essas modificações representaram.

3.2.1 A novidade aportou no Brasil

No Rio de Janeiro, o Jornal do Commercio no dia 1º de maio de 1839 amanhece notificando o invento desenvolvido na França: “a natureza e o engenho do homem podem ahi apostar primazias. A natureza aparece retratando-se a si mesma, copiando suas obras assim como as da arte.” Era a repercussão da descoberta de Daguerre (KOSSOY, 2006, p.133). Pouco tempo depois, em janeiro de 1840, a fotografia chega ao Brasil, na cidade do Rio de Janeiro, trazida pelo abade Louis Comte.

Sob o título de “Notícias Científicas” a chegada do equipamento de daguerreotipia foi notificado pelo também Jornal do Commercio. “Esse acontecimento tornaria a cidade uma das primeiras a serem fotografadas em todo o mundo” e seu aparecimento se encadeou aos projetos do II Império que então se

²³ Napoleão III, no período das reformas urbanas de Paris, levadas a cabo por Haussmann, decretou uma lei que institucionalizava a fotografia como um serviço de utilidade pública. Para maiores detalhes ver: COSTA & SILVA, 2004.

iniciava (PERROTTA, 2011). O imperador desenvolveu um gosto pessoal pela fotografia. Ele procurou associar a técnica aos projetos de construção de uma identidade nacional, que ao mesmo tempo em que exaltava os aspectos naturais do país, procurava demonstrar as imagens do desenvolvimento material e social como seguimento dos ideais europeus. A predileção pela técnica servia de índice para o gosto geral da elite brasileira da época.

A modernização urbana por qual passou Paris passa a ser referência no imaginário brasileiro. Arquétipo de grandiosa realização urbanística, Paris tornou-se a capital do século XIX. Tornou-se o local desejado por todos, o centro irradiador do progresso e civilidade, capital da moda, do luxo e do consumo; símbolo de modernidade que exaltava os ícones e monumentos de poder e grandiosidade. Passou a ser “o modelo do viver urbano, da civilidade, refinamento e sensibilidade artística” (ARRAIS, 2008, p.46). Todos queriam poder estar em Paris para compartilhar dos sabores que só a capital era capaz de oferecer aos olhos e ao corpo. Como todos não podiam estar em Paris o ideal era reproduzir, nos mais diversos espaços, um pouco de Paris.

O incentivo e a importância da representação da paisagem da natureza e dos equipamentos urbanos que eram instalados em seus entorno dados pelo governo, continham, principalmente, o interesse de promover a colonização estrangeira. Chamando assim a atenção para o “progresso” que se instalava - por meio da materialização das cidades -, e que estaria por vir. É um espaço para mostrar, por meio de imagens realistas, a exuberância e a riqueza do território. Mostra, também, o potencial do trabalho agrícola e as instituições públicas, objetivava “desvanecer no espírito das populações europeias os preconceitos que nos amesquinha[vam] a seus olhos” (Diário do Rio de Janeiro, 26/07/1861, *apud* PERROTTA, 2011. p. 73).

O projeto incentivador de uma civilização aos moldes europeus e o destaque da natureza local eram, respectivamente, a formulação ideológica da nação brasileira. O desenvolvimento da ordem e do progresso eram impulsionados e constituídos pelo Estado. A base territorial e material necessária para nutrir o Estado em seus objetivos era concebida pela natureza incorporada, dominada e destacada na tentativa de estabelecer uma identidade nacional. O uso ideológico da fotografia para esse fim é esclarecedor, nesse período, por exercer provas visuais caracterizadas como verídicas. “A autonomia da imagem fotográfica, permite

transplantes de seus conteúdos para os mais diferentes e por vezes, inusitados contextos” (KOSSOY, 2009, p. 76).

As ideias que vieram da Europa ganharam expressão nos debates acadêmicos e favoreceram a mentalidade cientificista, abolicionista e republicana. Com a instauração da república viu-se que o discurso da cidade moderna passou a sugerir práticas antes impensadas no espaço urbano. O grande e inicial exemplo em nosso país foi a reforma urbana sofrida pela cidade do Rio de Janeiro, onde o engenheiro Pereira Passos (1902-1906), influenciado pelas ideias dominantes de modernidade, promoveu mudanças significativas, transformando-a em modelo a ser seguido pelo país, a cidade digna do cartão-postal. O Rio de Janeiro torna-se um ícone em referência urbana para outras cidades do Brasil. Essas outras cidades, de acordo com as “suas próprias possibilidades, vivenciam a atmosfera das reformas urbanas, mesmo que em pequenas doses [...]. Essas intervenções eram tanto mais intensas quanto mais fortemente as cidades se inseriam no mercado capitalista internacional”. (ARRAIS, 2008, p. 66).

Em função da evolução dos processos fotográficos – que ficavam cada vez mais simples e baratos –, vários fotógrafos estabeleceram-se no Brasil, favoreceram o acesso da fotografia para a classe média. Inclusive, o enorme apelo popular da fotografia – de paisagens, de aspectos da cidade construída, ou mesmo de estúdio – associado à prática das visitas turísticas incentivou o colecionismo pelo cartão-postal.

3.2.1.1 Breve histórico da introdução da fotografia na cidade de Natal

As primeiras fotografias no Brasil eram feitas, em sua maioria, pelos alemães, italianos e norte-americanos que buscavam as cidades em crescente desenvolvimento econômico e transformações urbanas. A primeira e maior demanda refere-se aos retratos de pessoas feito em séries e conhecidos como *cartes de visite*, compostos em uma cena elaborada. Com as cópias em mãos o cliente divulgava sua imagem idealizada, dando-as como lembrança aos amigos e parentes, tornando-se usual a troca de fotografia entre as pessoas.

No dia 8 de junho de 1849, na cidade de Natal “chega o primeiro fotógrafo: Pacheco. O dia é conjectural” como afirma Luís da Câmara Cascudo²⁴. Mas, sobre o trabalho de Pacheco pouco sabe-se. O que podemos afirmar é que a cidade Potiguar teve sua demanda inicial atendida pelos fotógrafos itinerantes, Max e Bruno Bougard, irmãos que chegaram ao Brasil pela capital pernambucana, principal polo econômico do Nordeste. O grau de desenvolvimento urbano alcançado por Recife, na época, era convidativo aos fotógrafos que já viviam na capital, em grande concorrência. Na disputa pelo mercado de fotografias os irmãos e sócios Bougard resolveram estender suas atividades pelo interior e litoral. Para isso, buscaram vários estados do Norte e Nordeste. Em Natal, localizaram seu ateliê na Rua Treze de Maio, nº 38, atual Rua Princesa Isabel, no Bairro da Cidade Alta.

Em 1897, a sociedade dos irmãos foi desfeita e Bruno Bougard (1859-1930),²⁵ passou a oferecer sozinho os seus serviços fotográficos ao público de Natal²⁶. O seu anúncio é repetido em 55 edições do jornal Diário de Natal. Só parando quando o fotógrafo informa um período de afastamento da capital, que duraria até o final do ano corrente. Nos últimos dias do mesmo ano Bruno já se encontrava de volta na cidade oferecendo seus serviços²⁷. O anúncio repete-se até o final de 1899, em 264 edições do periódico Diário do Natal. Vale ressaltar, que mesmo em notas curtas, o profissional destacava não haver nenhuma impossibilidade de exercer a atividade, mesmo em dias chuvosos. O que nos faz acreditar que a dificuldade de locomoção desses períodos chuvosos e, principalmente, a crença de que o tempo nublado seria ruim para fotografar, afastava os clientes. Ao contrário, o tempo nublado ajuda a rebater a luz direta do sol, suavizando a imagem e por isso o fotógrafo prevenia que os clientes deveriam procurá-lo “quer esteja o dia limpo quer nublado”²⁸.

Em Natal, o fotógrafo estabeleceu laços com o governador Alberto Maranhão, irmão do fundador do jornal A Republica, onde Bougard por anos, também fez sua propaganda. No ano de 1904, último ano do seu governo, Alberto Maranhão, solicitou ao atelier do fotógrafo, o registro da capital. O caráter

²⁴ Ver em CASCUDO. Luís da Câmara. História da cidade do Natal. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira; Instituto Nacional do Livro; Natal: Ed. da UFRN, 1980. (Coleção Retratos do Brasil, volume 145). p. 434.

²⁵ Provável data de nascimento/morte do fotógrafo. Em: *The German Eye in America Photographers: List of German-born photographers*. http://www.sallylarsen.com/SL_Web_GE_fotogs.html

²⁶ Conforme nota colocada pelo fotógrafo no Jornal Diário do Natal, de 2 agosto de 1898, p.2.

²⁷ Idem, 29 dezembro de 1898, p.2.

²⁸ Idem.

documental da fotografia revela o objetivo de retratar a nova dinâmica que, com as ações sistematizadas pelo governo, em busca de uma cidade com salubridade e higiene, inicia-se nos espaços urbanos de Natal. O princípio ordenador de ideias e valores que se impunham a época começava a tracejar a capital natalense, claro que de acordo com as possibilidades locais (ARRAIS; ANDRADE & MARINHO, 2008). As fotografias de Bougard apontam o limite histórico da cidade colonial e o início do processo de modernização.

Bruno Bourgard foi o um fotógrafo itinerante clássico, prosseguiu com suas viagens pelo interior do Rio Grande do Norte em busca de clientes abonados capazes de pagar seus serviços. Retratava pessoas e equipamentos urbanos que se formavam nessas pequenas cidades ou vilas. Muitas de suas atividades estiveram ligadas à igreja. Era convidado pelas arquidioceses para documentar os eventos, geralmente, no período das festas das padroeiras, momento de aglomeração de pessoas. Da cúpula das igrejas conseguia abarcar as procissões. Esse tipo de registro pode ser encontrado em diferentes acervos dos municípios do Rio Grande do Norte²⁹. Em Natal, um dos seus primeiros registros arquitetônico é o da Praça André de Albuquerque. (Fotografia 7 e 8).

Fotografia 7: Bruno Bougard tirada da torre da Matriz, 1904.



Desde 1988 o local é oficialmente chamado de Praça André de Albuquerque, porém, não havia a praça, mas um largo. Fonte: MIRANDA, 1981.

²⁹ Informações obtidas na palestra História da Fotografia no Rio Grande do Norte ministrada pelo Fotógrafo publicitário, escritor, odontólogo e pesquisador da história da fotografia do Rio Grande do Norte, Giovanni Sérgio. SÉRGIO, 2012.

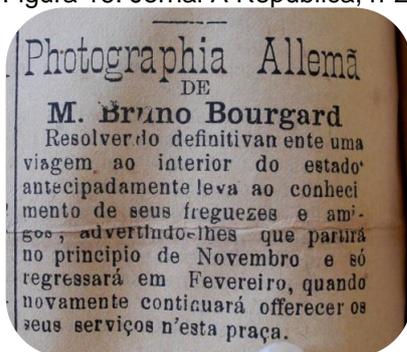
Fotografia 8: Bruno Bougard



Ao fundo Igreja do Rosário, provavelmente construída em 1714. Vê-se o grande campo, que de acordo com Cascudo, foi o primeiro lugar onde se jogou o “foot-ball”, sem o ajardinamento, só iniciado após 1906 (CASCUDO, 1976 *apud* SOUZA, 2008). Fonte: MIRANDA:1981.

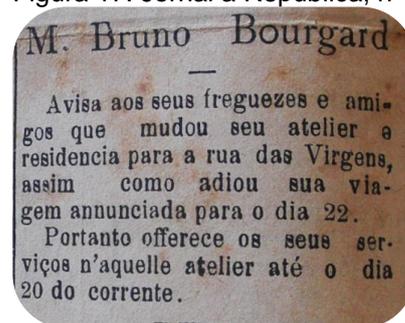
Em inícios do século XX, Bougard continua em atividade na cidade de Natal, de acordo com as notas divulgadas durante o segundo semestre do ano de 1900, no Jornal A República³⁰. O Atelier aberto, ainda em sociedade com o irmão Max, na Rua Treze de maio, foi transferido (figura 16) para a Rua das Virgens (fotografia 9). Os momentos que se mantinha ausente da cidade eram prontamente notificados pelo profissional, atentando sempre para a data de seu regresso (figura 17).

Figura 16: Jornal A República, nº219



Fonte: Acervo; IHG/RN, 19 de outubro de 1900.

Figura 17: Jornal a Republica, nº 266.



Fonte: Acervo: IHG/RN, 24 de dezembro de 1900.

³⁰ Informações baseadas nas notas divulgadas, durante o segundo semestre do ano de 1900 no Jornal a República, do acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Norte. Os periódicos que correspondem ao primeiro semestre do ano de 1900, no período da pesquisa não estavam disponíveis para consulta. Nos meses de julho, agosto e setembro do respectivo ano não encontramos notas de Bougard, no dia 19 de outubro de 1900 até o dia 24 de dezembro do mesmo ano encontramos em sequência notas do fotógrafo. Como o objetivo não é focar o trabalho de Bougard e sim fazer uma breve retrospectiva da inserção da fotografia na capital norte rio grandense, consideramos que as breves informações, atendem ao objetivo.

Fotografia 9: Bruno Bougard: Rua das Virgens



Aproximadamente, 1904. Iluminada com postes de ferro que eram acesos com querosene, local onde o fotógrafo montou seu atelier. Hoje Rua Câmara Cascudo. Fonte: Jornal O Poti, Coluna: Memória da Cidade do Natal, de 04 de junho de 1989.

A partir de 1907, os anúncios encontrados publicados por Bruno tinham o verdadeiro nome de sua família, “Photographia Allemã de Bruno Bourkhardt.” Acredita-se que adoção do nome artístico Bougard, à francesa, tenha sido uma estratégia para facilitar a assimilação do nome. O fotógrafo casou-se no início do século XX, com Enedina Toscano, conhecida como Dona Sinhá e fixou-se, definitivamente, na capital Paraibana. Após a primeira década de século XX, não encontramos mais anúncios de Bruno nos jornais de Natal. Bougard é um destaque para a história do Rio Grande do Norte, estrangeiro e itinerante, foi o autor dos primeiros registros fotográficos do estado. Porém, o Rio Grande do Norte não deixou de ter entre seus nativos um fotógrafo.

No início do século XX, dos filhos da terra que se dedicaram a fotografia temos os registros de Manoel Gomes de Medeiros Dantas (1867-1924). Um dos homens mais influentes do seu período, considerado um grande intelectual. Bacharelou-se em direito pela Universidade de Recife, tendo antes, desenvolvido estudos em latim, francês, inglês, retórica, aritmética, geometria, história e filosofia. Ocupou importantes e estratégicos cargos públicos: foi juiz e procurador geral do estado. Dedicou-se à remodelação do sistema educacional local, deu aulas no colégio Atheneu, escreveu contos, participou com assiduidade do jornalismo, foi redator d’A Republica. E, conforme afirma Miranda, “pelo amor ao registro dos fatos

e das coisas da cidade que habitava e pela qual tinha o mais extremado afeto”, foi fotógrafo (1981, p. 10).

O afeto que Manoel Dantas tinha pela cidade, contudo, estava aportado no futuro, em expectativas do que essa poderia vir a ser quando as antigas tradições fossem substituídas pela nova lógica capitalista, industrial e mercadológica, quando atingisse o auge das transformações que vinham sendo implementadas nas grandes cidades. “Não parecia pensar duas vezes em enterrar o passado e preparar a mente dos natalenses para a chegada da modernidade” (MARINHO, 2008, p. 35-39). Contraditoriamente, foi com a conservação de registros do passado, por meio da fotografia, que deixou para as gerações futuras um dos seus maiores legados, os registros imagéticos e únicos de um tempo, ainda circunscrito pelas tradições coloniais.

As fotografias de Manoel Dantas revelam a cultura material que se modificava. Chegaram a representar a cidade de Natal na Exposição Nacional de 1908, que era um dos eventos mais importantes do país. Tratava-se de um evento organizado pelo Governo Federal e realizado entre os meses de janeiro e novembro de 1908, na Praia Vermelha, no Rio de Janeiro. Esse acontecimento celebrava o processo de inserção de todo o país em um modo de vida urbano, industrial e cosmopolita.³¹ A participação de Natal se deu, principalmente, com a apresentação iconográfica da cidade. Foram expostos cartões-postais e fotografias da capital nesse local que servia como vitrine mundial. Sobre a importância do evento o jornalista Leopoldo Souza destaca:

Lá no magestoso certamen está o Brasil inteiro: o Brasil agrícola, industrial e o commercial. Lá também se porá a prova o nosso valor como povo de cérebro. Os nossos homens de letra, de mérito legitimo, farão jus á honra que lhes hão de tributar [...]. Nada faltará, na Exposição. Tudo atestará o nosso grau de cultura mental e a somma de recursos próprios que guardam as duas zonas. (Diário de Natal, 1908).³²

A exposição é um dos signos de idealização e construção da cidade urbana, tendo em vista a transformação da concepção de tempo e espaço proporcionada pela técnica. As fotografias de Dantas revelavam os diferentes meios de intervenção que foram sendo impostos em certos pontos da cidade, mas, de certa maneira, indicava os aspectos coloniais que de *punctum* nos aparece

³¹ Jornal Diário do Natal, nº 3489, 18 de julho de 1908, Leopoldo Souza sobre a Exposição Nacional de 1908.

³² Idem.

sobrepondo o *studium* do fotógrafo. A atenção que a fotografia nos desperta é nomeada por Barthes através do desenvolvimento de dois elementos: o par *studium/punctum*. O autor denomina por *studium*, o interesse geral pela fotografia, que permite encontrar o que nela nos agrada, um gosto cultural, uma espécie de educação, nos revela as intenções do fotógrafo, mas sem acuidade própria, um “afeto médio”. Já o *punctum* é o acaso que parte da cena e se imprime enquanto expressão, um interesse intuitivo por um detalhe; não o buscamos. É o acaso que nos aparece, define a instauração de um fenômeno no qual sujeito e foto se afetam (BARTHES, 1984, p. 45-49). São como uma linha tênue que imprime a ruptura com a tradição e a defesa do progresso e da modernização da capital.

O fotógrafo intelectual, também popular pelo pseudônimo de Braz Contente, atualmente é mais conhecido e divulgado para a população da cidade por causa de uma conferência, de entusiasmo compartilhado com a elite natalense da época, que realizou no ano de 1909. Nessa conferência, dissertou acerca do futuro que deveria ocorrer com a chegada do progresso na cidade. A palestra de Dantas tem sido tema de trabalhos acadêmicos e desperta o interesse de áreas como as Ciências Sociais, a História, a Geografia e a Arquitetura.³³ No momento da exposição fez uma projeção do que poderia vir a ser a cidade de Natal nos próximos 50 anos com a chegada do progresso. A plateia continha aproximadamente 240 pessoas. O palestrante referiu-se a cidade com uma visão futurista, projetando Natal na modernidade revelou seus desejos e seus sonhos em ter uma Natal civilizada, interconectada às principais cidades do mundo, através de avançados meios de comunicação, dos transportes e do turismo.

Não foi à intenção de se consagrar visionário que o levou a escrever sobre o futuro da cidade, mas sim o fato de estar ligado aos *padrões últimos e fundamentais* imersos em um *campo*. Campo é a ideia que esta alimentada por Pierre Bourdieu, para definir a autonomia de certo domínio de concorrência e disputa interna. Serve de instrumento ao método relacional de análise das dominações e práticas específicas de um determinado espaço social. Cada espaço corresponde,

³³ Trabalhos acadêmicos sobre a vida e obra de Manoel Dantas: O grupo de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em História da UFRN, orientados pelo Professor Dr. Raimundo Arrais, tem dado atenção especial à história de Manoel Dantas, em seus mais variados âmbitos. No departamento de Arquitetura e Urbanismo da mesma instituição merece destaque as publicações do Professor Dr. Pedro de Lima, que se detém principalmente à Conferência de 1909 e suas relações com construção da cidade moderna. Nesse sentido, existem ainda livros relacionados à palestra de 1909, publicações com apoio da prefeitura, artigos de revistas e jornais.

assim, a um campo específico cultural, econômico, educacional, científico, jornalístico etc., no qual é determinada a posição social dos agentes e onde se revelam, por exemplo, as figuras de "autoridade", detentoras de maior volume de capital. Conceito esse que nunca pode ser entendido isoladamente e sim em interdependência com as noções de *habitus* e capital. *Habitus* se define como um sistema aberto de disposições, ações e percepções que os indivíduos adquirem com o tempo em suas experiências sociais, na dimensão material, corpórea e simbólica.

Nesse sentido, o discurso de Dantas confirma os ideais projetados por grande parte das elites e intelectuais do Brasil, que acreditavam na técnica e na ciência aplicadas à sociedade, como fatores determinantes para o progresso de uma cidade.

O interesse que tem pelo progresso, pelo desenvolvimento, pela ciência e pelas técnicas, fica evidente em sua produção fotográfica. Até porque, no início do século XX, já existia uma grande camada de aficionados, de classe social bem definida, aproveitando-se do engenho. De todo modo, o uso do equipamento fotográfico nesse período, mesmo nos locais mais desenvolvidos, exigia investimentos elevados e esbarravam em problemas de ordem material. Essas dificuldades, na sua época, só podiam ser superadas pelas classes mais abastadas. O custo do equipamento e a carência de materiais fazia com que esses equipamentos fossem armazenados como verdadeiras joias (COSTA & SILVA, 2004).

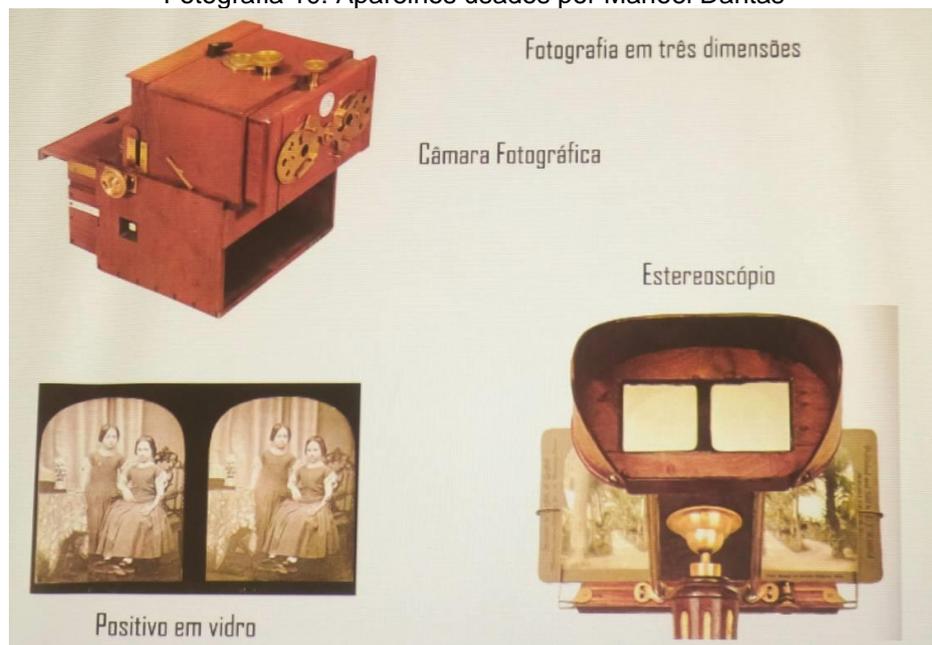
Muitas técnicas fotográficas que se desenvolviam na Europa, eram lidas por Dantas nas literaturas em inglês e francês. Leituras que para o aspirante a fotógrafo eram primordiais, visto que os métodos utilizados para obter a fotografia exigiam conhecimentos especializados, principalmente da química. Possivelmente, pela época que viveu em Natal, pela dinâmica da cidade, pela afinidade com a fotografia e pelas relações que teve³⁴, Dantas se encontrou com Bougard e pôde ter desenvolvido algum tipo de aproximação, que pode ter contribuído de maneira positiva em relação ao conhecimento e autonomia que Dantas desenvolveu nos usos do equipamento. O fotógrafo Giovanni Sergio comenta sobre a técnica utilizada por Manoel Dantas:

³⁴ Dantas e Bougard viveram praticamente na mesma época, em Natal os grupos abastados frequentavam o mesmo ambiente, Bougard fotografou para Albuquerque Maranhão com quem Dantas mantinha relações, por esses indícios acreditamos em algum tipo de relação estabelecida entre esses homens para trocas sobre a fotografia.

A fotografia é impressionante, é feita em uma caixinha, a câmara fotográfica é essa com dois visores e ele fotografava e colocava dentro da câmara aqueles vidros previamente sensibilizados com clara de ovo e nitrato de prata, ele fazia isso em casa, guardava em uma caixinha preta. Chegava no local que ele iria retratar, ele arrumava a câmara e fotografava, ele não tinha como ter a quantidade de imagens que a gente dispõe, era uma só. Teve a preocupação de registrar seu tempo para o futuro. (Giovanni Sérgio, 2012)³⁵

Giovanni Sérgio destaca que entre os residentes de Natal, na época de Manoel Dantas, ele era o único possuidor do equipamento. Em função disso, agrupava em sua casa vários amigos, formava uma plateia para apresentar tudo o que fotografava. As reuniões contavam, também, com um aparelho ótico de projeção conhecido como lanterna mágica ou estereoscópio³⁶, no qual eram exibidos paisagens e retratos fotografados (fotografia 10). A diversão ficava por conta dos olhares lançados as exposições de imagens de mulheres desnudas e sensuais. “Dantas fazia essas fotografias e isso morre com ele, acabou pelo moralismo em Natal”³⁷.

Fotografia 10: Aparelhos usados por Manoel Dantas



Fonte: Arquivo particular de Giovanni Sérgio. Exibido no Encontro Fotoriografia do Norte: Conhecendo a nossa história, realizado em 18/08/ 2012.

³⁵ Em, SÉRGIO, 2012.

³⁶ O estereoscópio foi um passatempo popular entre as classes abastadas em inícios do século XX. Era moda a coleção de pares de fotos para a observação em três dimensões. A tomada das fotografias simultaneamente com afastamento similar aos olhos humanos propiciava a representação da imagem com a sensação de profundidade tridimensional.

³⁷ Idem.

Fotografia 11: Autorretrato



Manoel Dantas e Dona Maria Francisca. Está em frente ao espelho acionando com o dedo indicador o dispositivo. Fonte: Arquivo Giovanni Sérgio

Fotografia 12: Reunião



Reunião na casa de José Mariano Pinto (gerente de A Republica). Fonte: Arquivo Giovanni Sérgio.³⁸

³⁸ Primeira década do século XX, Vila Vina, Natal. Na esquerda, em primeiro plano Manoel Dantas, Cel. Pedro Soares de Araújo. Em pé da esquerda para a direita Ludovica Medeiros Pinto (esposa de José Mariano), Otávio Pinto (criança), Francisca Bezerra (esposa de Manoel Dantas), Alberto Roselli e José Mariano. Na mesa Joaquim Ferreira Chaves, Teófilo Cristiano Moreira Brandão, Padre Ulisses e Inês Maranhão, um papagaio no lado superior esquerdo Informações dada por Anderson Tavares, Historiador e Mestre em educação pela UFRN.

São personagens pioneiros e responsáveis pelos primeiros registros fotográficos das primeiras transformações urbanas que chegaram até Natal: Bruno Bougard e Manoel Dantas. A fotografia imortalizou esses homens na história de Natal, mas esses homens que dividiram os mesmos espaços, viveram lógicas opostas. Das grandes metrópoles às províncias, Bougard foi o fotógrafo comerciante, que preso nas teias do capitalismo, já instaurado, precisou migrar e itinerar para viver “melhor”. Dantas, foi o fotógrafo formador de opinião, não buscou sobrevivência econômica na fotografia e sim o interesse de usá-la como aliada técnica e objetiva dos seus ideais. Apresentou o tempo que viu nascer, documentou os espaços que se modificaram. No contra fluxo dos *flâneurs*,³⁹ que brotam nesse período, passeia nas ruas em busca de um foco espetacular de multidão.

3.3 A FOTOGRAFIA NOS CARTÕES-POSTAIS

A fotografia se revelou para os grupos humanos como uma possibilidade inovadora de informação e conhecimento. Nesse caso, atua como instrumento de apoio à pesquisa nos diferentes campos da ciência e também como forma de expressão artística. Preservou a imagem dos lugares que eram transfigurados pelas alterações sócio-espaciais que sofriam. Na mesma linha, o colecionismo de imagens fotográficas em longa escala das miniaturas desse mundo, foi uma das práticas que serviu para amenizar a ansiedade causada por esse desenraizamento proporcionado pelas vertiginosas mudanças. Ela dá a real possibilidade de armazenamento de imagens de um mundo em processo de descaracterização, pela velocidade dos processos que se edificam sobre a égide do capital (COSTA & SILVA, 2004).

Em relação ao colecionismo a fotografia atinge toda a sua plenitude ao ser difundida por um dos mais importantes meios de comunicação do século XIX, o cartão-postal. O que contribuiu de forma definitiva para a massificação da imagem fotográfica e para a difusão das ideologias contidas em suas imagens. Ao suportar as imagens fotográficas em sua base o cartão-postal dá a continuidade ao projeto de registro da transitoriedade da vida moderna. Contribuindo para a operação de uma das mais significativas revoluções culturais que permearam a passagem do século XIX, para o século XX, ou seja, a difusão da sociedade racionalista e moderna.

³⁹ Conceito aplicado por Benjamin para representar a experiência da modernidade no homem, impregnado pelo tédio. Ver em “A Metrópole: Palco do Flâneur” em BOLLE, 1994.

O grande apelo popular pelas fotografias de paisagens naturais, de aspectos da cidade construída ou mesmo de estúdio só foi substituído pelo cartão-postal. O cartão-postal no período de sua inserção traduziu-se em uma forma de comunicação capaz de diminuir as grandes distâncias espaciais e temporais, que existiam no século XIX, entre as pessoas. Distância ocasionada principalmente pela ausência dos meios de transportes mais velozes, pela precariedade dos que existiam e mesmo pela dificuldade de acesso aos locais mais afastados dos centros urbanos que se formavam. A simplicidade e a leveza de sua forma, além do baixo custo de sua remessa o transformaram em um dos maiores meios de comunicação, do período citado.

Logo, o cartão-postal revelou-se como uma das mais valiosas fontes de imagens para as histórias das cidades. Transformou-se em um documento, retratando a dinâmica das transformações urbanas e sociais em um momento em que a técnica fotográfica encontrava-se nas mãos dos profissionais. Os locais significativos de uma cidade eram retratados por esse meio de comunicação. As mensagens escritas veiculavam impressões sobre as viagens, davam as notícias, as lembranças e saudações que assinalavam o lugar e o momento da recordação, mesmo que esses cartões fossem escritos nos espaços mais longínquos. (GERODETTI & CORNEJO, 2004, p. 11-13).

A agilidade de sua remessa é uma de suas características essenciais. O mundo tornava-se cada dia mais rápido, marcado pelo tempo cronometrado. A inserção da velocidade no século oitocentista se dá, principalmente, pelo desenvolvimento das tecnologias que propiciaram a expansão dos meios de transportes – como o trem e o navio a vapor, além dos dirigíveis –, sistemas de transportes tidos como inerentes ao desenvolvimento técnico e científico presenciados. Os países que representavam as ideologias majoritárias da sociedade ocidental, tinham pressa em divulgar de maneira cada vez mais rápida, os louros do seu progresso. Fazia-se necessário que as imagens fabricadas nesses espaços, as ideologias e as informações, circulassem de forma cada vez mais dinâmica. Porém, ainda nas primeiras décadas do século, os postos oficiais de correspondência que deveriam ser um dos meios de comunicação mais atuantes do período, caminhavam a passos lentos e era motivo de revolta e constrangimento ao público, pela demora das correspondências e pelo alto custo dos serviços prestados (DALTOZO, 2006).

Sobre esses inconvenientes, Rowland Hill em um opúsculo que escreveu intitulado por *Post Office reform. Its importance and practicability*, relata o pavor e a vergonha a que foi submetida sua família ao receber, inesperadamente, correspondências que não tinham condições de pagar, pelo elevado preço cobrado em relação à distância percorrida. A denúncia de Hill foi com efeito basilar para a reforma nos serviços postais, que se tornou comparável ao modelo que conhecemos atualmente. Da mesma forma, estimulou as iniciativas que culminaram no invento do cartão-postal (VASQUEZ, 2002, p. 26).

Como toda e qualquer invenção, as ideias, as formas e a necessidade que desencadearam no advento do cartão-postal, foram delineadas anteriormente, em virtude de um conjunto de circunstâncias que foram moldando seu processo embrionário. O propósito de simplificar a comunicação, já era cogitado, principalmente nas ocasiões na qual era necessário fazer-se presente, ser lembrado de forma rápida mesmo quando não se tinha muito a dizer. Norteados por essa ideia e pela experiência que já detinha com correspondências por ser funcionário dos correios alemão Heinrich Von Stephan (1831-1897), sugeriu em 1865 a utilização de um cartão já com selo impresso, com anverso reservado para o endereçamento e com o verso destinado a correspondência (cartão-postal 01, anexos 01). Por circunstâncias políticas e administrativas da instituição, na época sua ideia não ganhou forma.

Outros homens também, em diferentes países, patentearam esse objetivo. Outros apenas cogitaram intenções semelhantes. Oficialmente a data que marca o início da cartofilia e é referendada em todo o mundo é o dia 01 de outubro de 1869. Foi nesse dia em que o primeiro cartão-postal foi registrado e considerado um meio de correspondência. Recebeu a denominação de *correspondez – karte* (cartão-postal 02, anexos 01). O projeto foi sistematizado no império austro-hungaro e ficou reconhecido como seu idealizador o austríaco Emmanuel Hermann (1839-1920).

O engenho foi avaliado em seu primórdio como um modo “despudorado” e “repugnante” de troca de correspondência, por não manter a privacidade do que era escrito, expondo as pessoas e suas trocas à curiosidade alheia. Contudo, o que contrariou a opinião de uns foi justamente o que instigou o seu sucesso. A época de desenvolvimento do cartão-postal foi marcada pela disseminação de diversos conflitos e guerras, sua introdução se deu durante a guerra franco-prussiana. Nessa

época, as correspondências eram lidas e analisadas por censores, o cartão-postal facilitava esse trabalho e agilizava as trocas de informações (VASQUEZ, 2002).

A carência em termos gráficos e visuais dos cartões-postais logo em sua introdução, não minimizou seu sucesso que em seu primeiro ano de existência contou com significativa soma de 76 milhões de cartões enviados (VASQUEZ, 2002, p.30). No ano de 1870, foi oficializado nos correios da Alemanha, Inglaterra, Suíça e Luxemburgo. Em sequência, foi autorizado na Holanda, Bélgica, Dinamarca e Canadá. No ano de 1873, a França, os Estados Unidos, o Chile, a Sérvia, Romênia e Espanha se renderam aos postais. Essa surpreendente difusão incentivou que os países se unissem como membro da União Postal Universal. A partir de então, ficou estabelecida uma taxa única para todos. Tal fato ocorreu no ano de 1875, mesmo período em que o Japão se associou ao grupo e adotou o postal, a *posteriori* Portugal e Argentina adotaram a correspondência.

O desejo pela ilustração nos cartões já existia, o interesse provinha, principalmente, dos produtores independentes e de editoras particulares. Contudo, existia a resistência das autoridades responsáveis que não queriam perder o monopólio do lucrativo meio de correspondência. A Alemanha, na década de 1890 foi pioneira na autorização da circulação dos primeiros cartões ilustrados, que se caracterizaram, pelo emprego da litografia⁴⁰. O procedimento litográfico abriu novos caminhos para a impressão de caráter comercial. Foi a primeira tecnologia de impressão que permitiu ao artesão trabalhar usando os métodos convencionais, mas mesmo assim criando impressões detalhadas, com variação de cores – as cores eram dadas pela cromolitografia, método mais refinado da litografia que permitia a coloração das gravuras. Além da produção de impressão massificada, a litografia também favorecia diariamente a modificação das ilustrações (BENJAMIN, 1987).

A cromolitografia nos cartões-postais ilustrou e coloriu o cotidiano. Possibilitou a aplicação de diferentes cores nos postais, deixando-os multicoloridos e conferindo uma beleza ímpar que despertava à atenção dos consumidores. É exemplo desse processo de impressão os chamados *Gruss aus*, que estiveram em circulação até inícios do século XX (cartão-postal 03, anexos 01). Os *Gruss aus*, expressão alemã que traduzida significava “saudações de” ou “lembranças de”,

⁴⁰ Técnica de impressão que utiliza uma pedra calcária de grão muito fino e baseia-se na repulsão entre a água e as substâncias gordurosas. , a litografia é planográfica, ou seja, o desenho é feito através da gordura aplicada sobre a superfície da matriz, e não através de fendas e sulcos na matriz, como na xilografia e na gravura em metal.

seguiram o estilo *art nouveau*. Eram rodeados com alegorias florais. Foi logo seguido pelos congêneres: *Souvenir de...*, *Ricordi de...* e os *Greeting cards from...*, que pela beleza e colorido de suas imagens despertaram o interesse do colecionismo.

Os cartões-postais conseguiram atingir toda a sua plenitude em termos de massificação e colecionismo quando foi associado à fotografia, popularizando-a imensamente. A possibilidade, em grande escala, da distribuição da imagem fotográfica, foi decisiva para difundir-lo, definitivamente em todo o mundo. Seu potencial democrático fez com que fosse considerado como o primeiro meio de comunicação visual de uma indústria cultural de massa⁴¹. As pessoas ansiavam por ter em mãos fotos de monumentos famosos, de diferentes cidades, de personalidades históricas, de obras artísticas e de tudo que era possível ser captado pelas máquinas fotográficas. O pesquisador Boris Kossoy, em sua obra *Realidades e Ficções na Trama Fotográfica* (2009), dedica um capítulo ao cartão-postal e acrescenta que:

O advento do cartão-postal, coincidentemente ao surgimento das revistas ilustradas entre outras formas de difusão impressa da imagem pictórica e, em especial da fotográfica (tornadas tecnicamente possíveis na passagem do século XIX para o XX), representou uma verdadeira revolução na história da cultura. As imagens mentais do chamado mundo real e as do universo da fantasia individual e coletiva se tornam finalmente acessíveis para a grande massa. Um mundo portátil, fartamente ilustrado, passível de ser colecionado, constituído de uma sucessão infindável de temas vem finalmente saciar o imaginário popular. (KOSSOY, 2009, p. 63).

Entre as temáticas colecionáveis dos postais estavam, primeiramente, as paisagens citadinas, considerados o tema mais comum, ontem e hoje pelos cartófilos, seguidos pelas praias, agricultura, amor, esportes, fauna, ferrovias, flora, guerras, navios, personalidades, publicidades e religiões (DALTOZO, 2006). A época áurea⁴² do cartão-postal foi ornada pela criatividade dos editores, surgiram diversos tipos e formas de cartões. Em certos casos, o exagero do mercado, contrariou a própria lógica dos postais. Alguns modelos tinham tamanho muito grande, exigindo maior tarifa e outros tipos o correio exigia que só fossem remetidos se dentro de envelopes. Havia materiais que causavam danos às outras

⁴¹ A possibilidade da imagem fotográfica ser massificada como um meio de comunicação foi discutido por Walter Benjamin, no seu ensaio *A obra e arte na época de sua reprodutibilidade técnica*, 1937.

⁴² Compreende-se a época áurea dos cartões-postais, a última década do século XIX e as primeiras décadas do século XX, principalmente o período denominado por *belle époque*, período que se traduz na crença de um mundo melhor, tranquilo e nas esperanças de um futuro melhor direcionado pela técnica e pela ciência. Ver, Daltozo, 2006.

correspondências e outros, como foi o caso dos cartões-postais feito de alumínio, feriam os carteiros.

De acordo com Vasquez (2002, p. 36), havia ainda:

Os *gramophone cards* (cartões musicais em 78 rotações); os *squeakers* (cartões que emitiam ruídos, como um miado ou um mugido, quando pressionados); cartões calidoscópios; cartões tridimensionais (que deviam ser recortados e montados); cartões com imagens secretas (que se revelavam quando puxavam uma lingueta, intercalando novas faixas de desenhos àquelas visíveis); cartões *hold-to-light* (cujos efeitos luminosos eram visíveis segurando-o contra a luz do abajur ou outra fonte luminosa); cartões purpurinados, cartões ornados com cabelos humanos verdadeiros ou com pele de animais ou penas coladas sobre a imagem; cartões de material pouco convencional (como tecido, couro e alumínio); cartões panorâmicos (em duas ou três partes); cartões de grande formato; cartões em mosaico ou quebra-cabeças (que revelavam uma imagem de grande formato composta por uma série de cartões combinados entre si).

As trocas de visualidades que foram favorecidas pelo cartão-postal, revelaram de modo otimista às imagens das cidades. Apontaram o crescimento e a expansão que obedecia ao processo de modernização ocorrido no país, na passagem do século XIX para o século XX. As imagens mostravam as ideias de cidades modernas, que por intermédio da burguesia ansiavam pelo progresso e desenvolvimento técnico. Favoreceu as formas de comunicação das classes emergentes, que em sua maioria não tinham prática na escrita, sendo um instrumento acessível de comunicação (GERODETTI & CORNEJO, 2004. p.242).

Cronologia de desenvolvimento dos cartões-postais

ÉPOCA	CARACTERÍSTICAS
Pré-história	Compreende os cartões chineses de felicitações, cartões de visitas e outros itens similares de papelaria.
Precursores	Iniciado em Viena com a criação do postal proposta pelo Dr. Emmanuel Herrmann até a edição dos postais da Exposição Universal de Paris em 1889. As mensagens são escritas na frente do cartão, não há utilização do verso.
Antigos	Compreende o período entre 1889 e 1900, no qual os processos gráficos foram aperfeiçoados aumentando as possibilidades de produção. Destaca-se o emprego da cromolitografia que permitiu a impressão em cores. O primeiro cartão, produzido com o objetivo de tornar-se um <i>souvenir</i> , é impresso e comercializado na <i>Columbian Exposition</i> , em Chicago, 1893. São criados os primeiros cartões com o verso dividido para mensagem e endereço.

Idade de Ouro	Período entre 1901 e 1918 na Europa (estende-se aproximadamente até 1940 no Brasil). Época de Ouro dos cartões-postais marcada pelo colecionismo e pela sede de imagens do público em geral. Encontra-se ligada ao que se denominou por período da <i>belle époque</i> . As temáticas eram variadas, não se restringiam as paisagens ou locais de interesse turístico. Os postais supriam a necessidade da visualidade de imagens de vistas distantes.
Hibernação	Abrange o período de 1919 a 1960 na Europa (no Brasil de 1941 até 1970). A ânsia do colecionismo diminui drasticamente. Entretanto o período é marcado por grande evolução na tecnologia gráfica que beneficia também a produção de postais. Na década de 30, a tecnologia de impressão permite que cartões-postais sejam impressos em papel-linho de alta qualidade, aprimorando a qualidade da arte e do uso de cores. Nos anos 40, as fotos em cromo permitem cores mais vívidas, mais detalhes e realismo.
Renascimento	A partir de 1961 (aproximadamente 1971 no caso do Brasil), o postal antigo passa a ser valorizado pelos colecionadores como relíquias históricas. O crescimento do turismo de massa, as melhorias da qualidade técnica e de condições de produção tornam a produção de postais atraentes para fotógrafos de renome assim como para museus e outras instituições culturais. Além disso, a evolução tecnológica permite personalização imediata de postais e o aparecimento dos <i>e-cards</i> (cartões-postais virtuais, para serem enviados por e-mails).

Fonte: Baseado em Daltozo (2006).

3.3.1 Os cartões-postais no Brasil

No Brasil o primeiro cartão-postal foi produzido em 1880, conhecido inicialmente por bilhete postal. Resultou de um decreto, assinado por Dom Pedro II, em 28 de abril de 1880. Seguiu o modelo alemão: um lado do postal em branco para a mensagem e outro lado para escrever o endereço. Carregavam o selo oficial do correio e as armas do Império. As primeiras produções eram monopolizadas pelos correios e controladas pelo governo, objetivavam, com isso, melhorar o movimento postal. Contudo, em seu início circulou de maneira tímida pela população. Somente com o rompimento do monopólio dos correios e a liberação dos modelos ilustrados, em 14 de novembro de 1899, quando o Governo Republicano através da Lei 640 autorizou a produção dos postais pela indústria gráfica particular, viu-se o sucesso desse meio de correspondência no Brasil (GERODETTI & CORNEJO, 2004).

Os estrangeiros foram os primeiros a editar e comercializar os postais com as cenas “exóticas” do Brasil. Se tem conhecimento do alemão Albert Aust, que

estrategicamente utilizou as fotografias de Marc Ferrez nos cartões que negociava. “As legendas em português – com frequentes tropeços gramaticais – denotam o indiscutível propósito de comercialização do país que retratavam”. Vários outros idiomas, também eram apresentados indicando que as imagens ali destacadas, intencionavam atingir o mundo, ou por intermédio dos estrangeiros viajantes, ou através das trocas entre amigos e colecionadores, que se correspondiam mundo afora, trocando postais. (BELCHIOR, 1987, p. 9). A vista do Edifício do Tesouro de São Paulo da gráfica paulista de V. Steidel, que circulou em novembro de 1898, é o mais antigo cartão-postal, de um editor estabelecido no Brasil. Em seguida os editores passaram a investir até mesmo nos estados mais periféricos: Alagoas, Amazonas, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Paraná, Piauí, Rio Grande do Norte, Sergipe.

Em teoria, os postais eram produzidos em série e numerados por casa ou editores, todavia, de acordo com a catalogação de Berger (1986), vários cartões não creditavam o editor, nem o fotógrafo, e as numerações muitas vezes se repetiam ou ultrapassavam a sequência. A cidade do Rio de Janeiro, no período de 1900 a 1930, foi a mais visualizada, tendo sido tema de 36 editoras em 2.800 modelos diferentes. Vale destacar que esses números indicam, mas não representam fielmente as edições. No auge do colecionismo, a associação *Cartophila Emmanuel Hermann*, do qual faziam parte intelectuais; comerciantes; produtores de postais; colecionadores e fotógrafos, no Rio de Janeiro, orientava os editores de postais em suas produções. Seguiam os interesses do mercado vinculados ao projeto de modernização das cidades. O “progresso” do país era propagandeado no exterior. As imagens que não estivessem de acordo com o padrão desejado – como paisagens pitorescas e bucólicas ou cenas com índios e negros –, eram rejeitadas (DALTOZO, 2006).

O ápice do consumo dos cartões-postais aconteceu durante os primeiros decênios do século XX, mais precisamente; o período entre as duas grandes guerras, que correspondeu ao que se entende por Idade de Ouro do Cartão-postal. Belchior (1983, p.11) comprova esse momento no Brasil, através dos dados do correio. Os números elevados reforçam o quão foi importante o postal para as comunicações da época. Em 1909, foram recolhidos cerca de 15 milhões e entregou outros tantos em um país de população ao redor de 20 milhões de habitantes. O que destaca o apelo intrínseco dos cartões, mais do que o cumprimento de suas funções de meio prático de correspondência.

3.3.1.1 A Natal dos cartões-postais

É verdade afirmar que no momento de passagem do século XIX para o século XX, havia uma concentração do cartão-postal paisagístico com vistas urbanas das cidades onde o capital fecundou mais rapidamente. No Brasil a produção paisagística nos postais segue essa ordem: Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife, Belém e Ouro Preto. Porém as cidades de dimensões mais modestas também geraram sua produção fotográfica que acabou ganhando suporte nos cartões-postais. Um desses exemplos é Natal, que nas primeiras décadas do século XX, presenciou a intensificação das ações do estado na produção da cidade. Visto que a importância dos postais era ímpar, as ações influenciadas pelas lógicas racionais vigentes no momento eram logo registradas nesses meios de comunicação.

As fotografias dos postais educavam o olhar dos residentes em Natal em relação ao que acontecia no mundo ocidental. Serviam também para divulgar a cidade que buscava se inserir nessas transformações. Eram meios de divulgar os espaços “melhorados”, de sair da periferia e se implantar no âmago da lógica moderna, deixar de ser o outro exótico e pitoresco para tonar-se parte de um todo considerado ideal. De acordo com Arrais (2007), o termo “melhoramentos” é uma alusão otimista à capacidade humana de corrigir os ‘males da natureza pelo emprego da técnica’⁴³. A sedução pelas inovações técnicas, a transfiguração do ser em máquina, passaram a fazer parte do imaginário da uma parcela importante da população de Natal.

A primeira década do século XX, marca em Natal um período de organização e materialização das primeiras grandes reformas urbanas que colaboraram para a construção de uma cidade moderna. Foram mudanças significativas, tanto na esfera pública, quanto na privada.

Nesse contexto, a modernização em Natal, grosso modo, é caracterizada pela expansão urbana, aumento da população na cidade, construção de novas paisagens, valorização da racionalidade técnica, da intensificação das relações sociais e incorporação ao mundo capitalista. Os primeiros cartões-postais que circularam na cidade priorizavam os símbolos que mostram os melhoramentos

⁴³ ARRAIS, Raimundo Pereira Alencar. O mundo avança!: os caminhos do Progresso na cidade do Natal no início do século XX, In: Bueno, Almir (Org.). *Revisitando a história do Rio Grande do Norte*. Natal-RN: EDUFRRN, 2007, p. 05.

ocorridos na capital. Imagens que hoje pode parecer bucólica, mas, estavam permeadas de signos modernos (cartão-postal 04, anexos 01). O espaço que historicamente era considerado o berço da fundação de Natal não possuía mais as estruturas arquitetônicas e características da época colonial, como as retratadas por Bougard, as modificações já eram significativas.

O grande campo que servia de pasto para os animais e brincadeiras de bola foi substituído pela Praça André de Albuquerque. O antigo prédio da cadeia que incomodava a paisagem, por sua arquitetura colonial, foi demolido para favorecer o acesso à praça, um espaço com a importante função de sociabilizar os moradores, ordenar a natureza e embelezar a cidade. O requinte da praça era dado por um coreto, modelado com ferro batido, possivelmente importado, ao mesmo tempo em que os porões serviam de depósito para armazenamento de material da limpeza urbana (cartão-postal 05, anexos 01). Da praça ainda avistava-se o Rio Potengi. As melhorias propiciadas com a rede elétrica faziam a cidade avançar favorecida pelo bondinho. É a introdução de um novo padrão de conforto relacionado aos desejos das classes abastadas de modernizar a vida (MIRANDA, 1981).

E, os postais divulgaram os padrões de sofisticação e conforto. Registraram festas tradicionais, inauguração de monumentos, empresas, espaços públicos planejados, enfim, retratou os espaços escolhidos pelo desenvolvimento urbano em Natal. Portanto, ter fragmentos de locais capazes de ser incluídos em um postal, significava ter ou não progresso urbano (cartão-postal 06, anexos 01).

Embora os grupos responsáveis pela circulação das imagens acreditem ou pretendam dar um sentido universal ao objeto, temos apenas um fragmento, que é parte integral dos sistemas de identificação social, consumo e expressão do mundo ocidental. Os postais circularam no Brasil, nesse contexto, foram fundamentais para o surgimento de novas formas de percepção visual e para a estruturação do olhar dos viajantes que começavam a aumentar. Multiplicaram o consumo de signos e representações. A ideia de ver onde se está e do que está ao longe, a busca pela obtenção de paisagens que organiza, em parte, as experiências dos novos espaços nos indica que o cartão-postal foi representativo e visualizador de conceitos e de novos valores (URRY, 1999).

As fotografias que circularam nos cartões-postais em Natal trouxeram as visualidades e os conceitos estabelecidos na capital da república. E, levaram para outros espaços as paisagens que se construíam na capital potiguar. Circularam pela

capital do Rio Grande do Norte destacando os equipamentos urbanos; promovendo o comércio; os diferentes modismos e moldando as percepções, principalmente, em relação aos novos sentidos sociais (cartão-postal 07 e 08, anexos 01). Após a efervescência das duas primeiras décadas do século XX, considerada a idade de ouro dos postais, não há ainda, um estudo, conhecimento ou um resgate em relação à produção de cartões-postais com as paisagens de Natal. As imagens desse período são mais escassas.

Na década de 1940, contexto da Segunda Guerra Mundial, período em que a cidade de Natal recebe a tropa militar norte-americana, o cenário da pacata capital foi transformado e aos moradores da cidade, restou se adaptar as transformações e suas consequências. Desse tempo, de euforia e novidades, é o jovem Jaeci Emerenciano Galvão, que ao se tornar fotógrafo, construiu mais de meio século de história iconográfica da cidade de Natal.

4 JAECI: O fotógrafo das paisagens de Natal



4.1 *PETIT TOUR* NOS POSTAIS DE JAECI GALVÃO

As paisagens das fotografias de cartões-postais⁴⁴ revelam formas direcionadas de percepção do fotógrafo em relação ao mundo que o circunda inter-relacionadas a um mercado editorial. Estão ligadas principalmente aos usos que os postais mantêm em nossa sociedade. São usos que englobam o “âmbito comercial, artístico, científico e promocional”. Estratos ligados a uma estratégia de mercado editorial (KOSSOY, 2009, p. 64-65).

O declínio da fase de ouro, desse prático meio de comunicação, coincide com o período entre guerras, com o esgotamento de certas esperanças, o reordenamento dos grandes paradigmas unificadores, as conformações de novos sentidos e a inserção de novos e mais práticos meios de comunicação. Nesse aspecto o uso do cartão-postal se direcionou aos colecionadores, a algumas correspondências e ao turista que deseja ver e transmitir aos outros a paisagem valorizada e sublimada em seus aspectos monumentais do local que visitou. O público que aspira outras visualidades no cartão-postal, além da paisagem, após o período descrito, é periférico e restrito, está concentrado em grande parte nos colecionadores (VASQUEZ, 2002).

Nesse contexto, há uma modificação nas sensibilidades e nas relações sociais, que afetaram e transformaram o público consumidor e, conseqüentemente, houve uma mudança de sentido na relação com essas imagens. Desta afirmação reside nossa principal questão: Quais os elementos ideológicos que motivaram e materializaram a construção de paisagens, interligados a lógica moderna, que circulavam em cartões-postais oferecendo a cidade aos diferentes olhares?

Qualquer que seja o assunto estabelecido pela fotografia que tem como suporte o cartão-postal, documentará a representação de um quadro social, capaz de ser captado temporal e espacialmente. O econômico faz o esboço dessas visualidades, embora haja outros filtros revezando-se por meio das possibilidades e contradições. Pois toda a imagem fotográfica “representa o testemunho de uma criação. Por outro lado ela representará sempre a criação de um testemunho” (KOSSOY, 2003, p.50). Com isso, tem-se que as imagens fotográficas são metades de um inteiro; testemunho e criação. Ao passo que toda fotografia é um testemunho

⁴⁴ Diante das diferentes formas que se tem hoje em dia de recepção do cartão-postal, como os cartões-postais virtuais e os cartões em DVD, vale ressaltar que nos atemos a dissertar sobre o cartão-postal portador de uma imagem fotográfica em sua forma e recepção clássica.

da criação, porém, sem deixar de ser um testemunho da sensibilidade de quem a elabora.

Então, não há como imaginar o fotógrafo com uma atuação neutra, já que a sua *performance* procede da representação social formada por diversos fragmentos articulados em um sistema narrativo-interpretativo que segundo Kossoy (2003, p. 49) extrapola à condição iconográfica por participar de um espaço racionalmente arquitetado, intencional, orientado pelo preenchimento harmonioso e selecionado do campo:

Em conexão com as mais diversificadas fontes que informam sobre o passado, têm-se maiores elementos para compreender a atitude dos personagens estáticos e mudos e dos cenários parados no tempo, assim como as possíveis pistas que esclareçam quanto a atuação do próprio fotógrafo que registrou seus temas segundo uma determinada intenção. Conjugando essas informações ao conhecimento do contexto econômico, político e social, dos costumes, do ideário estético refletido nas manifestações artísticas, literárias e culturais da época retratada, haverá condições de recuperar micro-histórias implícitas nos conteúdos das imagens e, assim, reviver o assunto registrado no plano do imaginário (KOSSOY, 2003, p. 117).

Como analisa Boris Kossoy (2009, p. 63-71), podemos entender que na constituição e disseminação da imagem fotográfica em um cartão-postal há antes de qualquer coisa os condicionamentos históricos e contextuais que perpassam e codificam o olhar do fotógrafo. Sendo o fotógrafo conotativamente o emissor da paisagem imagética, produções que relatam a história visual de uma sociedade, documentam espaços importantes, lugares de passagem e estilos de vida. Logo, não há imagem fotográfica sem a percepção da linguagem, sem um universo de intencionalidades e reflexões que raramente são inocentes.

Tem-se na fotografia um quadro dual no qual a dimensão imagética mostra-se como mapa que se alimenta pelo e para o domínio social. Para significar as tramas que acompanham uma imagem fotográfica é preciso problematizá-la por meio de seus elementos, perceber seus artefatos⁴⁵, as articulações, as ideias e as formações discursivas que essa imagem reproduz. Mais do que isso, entendê-la como um sistema de representação cultural, sociopolítico e econômico, orientada de específicas ideologias e interesses.

⁴⁵ De acordo com Ulpiano Meneses, o artefato é indissociável do seu lugar social e das técnicas de produção, circulação e consumo. Na iconosfera, a leitura fotográfica deve ser associada a diferentes práticas sociais. Exemplo: Um cartão-postal, mesmo portando a fotografia é um outro artefato, com uma diferente forma de circulação e leitura. Para um maior entendimento ler: MENESES, (2003a. p. 11-36.)

Nesse universo inter-relacionável, observamos que o fotógrafo é um operador que constrói os significados por meio das práticas cotidianas, através do seu olhar ao mesmo tempo coletivo e individual. O que faz com que a fotografia se constitua em uma representação cultural e em fragmentos da organização social com sentidos reais e estéticos (MARTINS, 2009). De maneira que o entendimento e a (re)construção dos seus significados resulta na compreensão que se dá nas paisagens dos cartões-postais.

Desse modo, o trabalho desenvolvido por Jaeci Emerenciano Galvão, elaborou uma narrativa visual da cidade. As projeções e perspectivas visuais paisagísticas de suas imagens nos cartões-postais cruzam os anos de 1940 a 1980 e inscrevem esses espaços na memória coletiva. Este momento é o período em que Jaeci Emerenciano construiu sua mais vasta obra, o que lhe deu relevante destaque como o fotógrafo da localidade. Desenvolveu uma série de fotografias que ilustraram a maioria dos cartões-postais da cidade. Concomitantemente, a atuação de Jaeci como fotógrafo, está relacionada ao período que compreende desde a Segunda Guerra Mundial até o chamado “boom turístico”, ocorrido na década de 1980, na cidade de Natal.

Os cartões-postais, de Jaeci, revelam uma paisagem, em seu ponto máximo de referência. A atuação profissional do fotógrafo está inclusa no período inicial das articulações sociopolíticas para a construção de uma cidade turística. Desse modo, na medida em que as fotografias dos postais de Jaeci Galvão privilegiam a temática cultural, que revela a representação da cidade de Natal, em processo de transformação acelerada, nos dá a possibilidade de desvelar as camadas de significados que integram a absorção da paisagem simbólica que codifica a cidade.

Esta é a primeira investigação sistemática sobre um dos seguimentos da obra fotográfica de Jaeci Galvão, os cartões-postais e para isso foi fundamental considerarmos a finalidade dessa produção simbólica e estética, vinculada ao circuito empresarial do turismo, que nesse contexto cria um repertório imagético para atração do “turista”. O desejo de adaptar a cidade para a atividade foi sendo intensificado de acordo com a tendência do governo federal de incentivar as políticas de fomentação do turismo.

As políticas do setor turístico em Natal basearam-se principalmente, na valorização litorânea, direcionados ao segmento de sol e mar. As implementações

que, a partir de 1980, favoreceram a cidade despontar como destinos turísticos foram sendo construídas por meio de discursos e ações. Entre essas ações estão as visualidades das paisagens da cidade, destacadas por Jaeci, que colaboraram no processo de conformação da cidade para o turismo.

Antes da análise dos cartões-postais, objeto dessa pesquisa, procuramos resgatar os elementos que marcaram a história de Natal, desde a origem desse meio de comunicação. Observamos que as espacialidades produzidas e reveladas nas fontes imagéticas, no início do século XX, indicavam o desejo de ser aprovado pelo outro. O olhar do outro deveria ser de aprovação, pois esse outro servia de referência para o que estava sendo construído.

Os cartões-postais levavam uma mensagem unificadora dos espaços, com sentido educador; ou seja, a paisagem deveria ser vista, assimilada e de alguma maneira reproduzida. Em Natal, as primeiras produções fotográficas de Jaeci, ainda encenam esses conceitos formadores. Destaca a cidade, seu crescimento urbano, os novos edifícios, ruas e avenidas. Apresenta a natureza servindo e sendo reorganizada pela técnica humana, ao mesmo tempo em que, destaca as paisagens que delineiam a natureza em torno de uma estética romântica, como veremos mais adiante.

4.2 JAECI: o fotógrafo da cidade

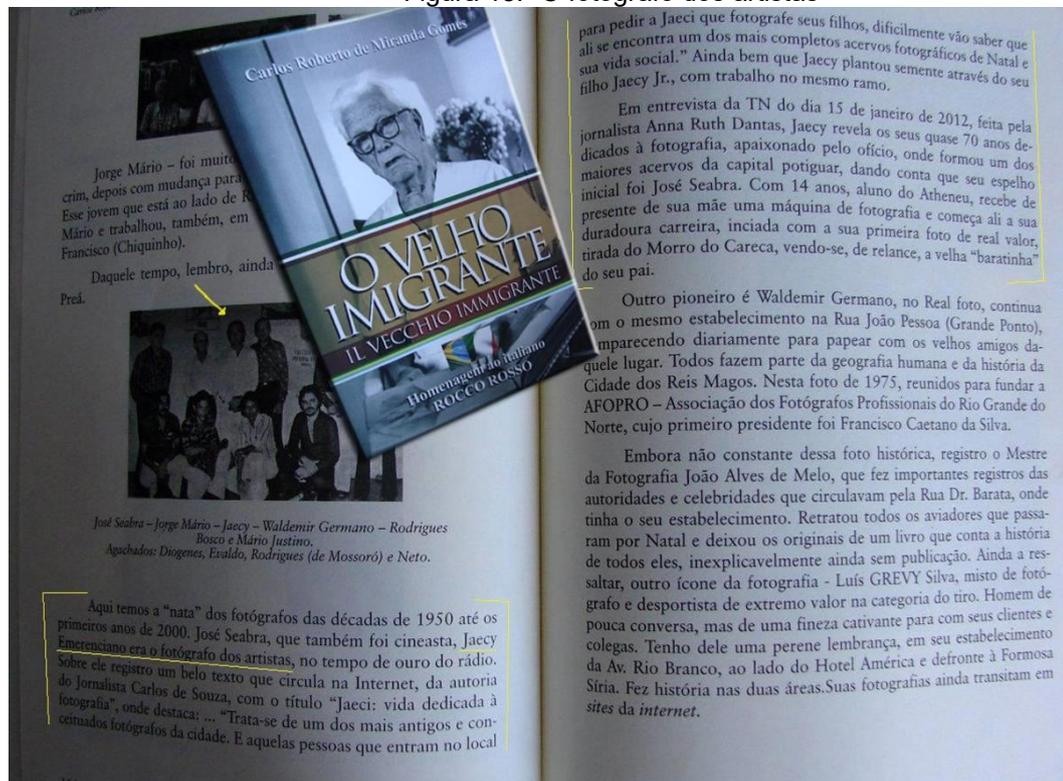
Jaeci Galvão é um fotógrafo que narrou por meio da captação da paisagem uma multiplicidade de signos visuais que começaram a ser impostos sobre o espaço urbano, principalmente, com o advento da Segunda Guerra Mundial em Natal. Transitou pelos equipamentos arquitetônicos, pelos modos de socialização, pelos espaços de lazer, de trabalho, pelo urbano e pelo litoral. Deste modo, suas imagens sugerem diversas espacialidades da cidade de Natal.

Apesar do foco aqui, ser dado às imagens paisagísticas nos cartões-postais, Jaeci elaborou uma das maiores narrativas visuais acerca da vida social de Natal, no período descrito, 1940 e 1980. Ficou conhecido em sua juventude, entre seus amigos e clientes como: o “fotógrafo dos artistas” (figura 18). O que corrobora o fato de Jaeci ter retratado cantores e artistas famosos que se apresentavam na cidade, fotografava também políticos e as pessoas que se destacavam socialmente. O pesquisador e professor aposentado da UFRN – Universidade Federal do Rio

Grande do Norte, Carlos Roberto de Miranda Gomes ao narrar à história do imigrante Italiano Rocco Rosso (1899-1997) e suas contribuições em Natal incluiu os amigos do imigrante e entre eles estava Jaeci Galvão, conhecido pelo personagem por ser “o fotógrafo dos artistas, no tempo de ouro do rádio” (GOMES, p. 164, 2012). Sobre a alcunha, ainda vale destacar a matéria no site “Natal de Ontem”, do engenheiro civil, Manoel de Oliveira Cavalcanti Neto. Na página onde o autor enumera as “110 coisas que não podem ser esquecidas em Natal”, entre os carnavais, os monumentos históricos, as escolas, as praças e os espaços de sociabilidade, na classificação de número 30, encontram-se as fotos “para a posteridade” tirada pelo “fotógrafo dos artistas”, Jaeci⁴⁶.

O profissional não atuava sozinho em Natal e entre o seu círculo de profissão, na mesma época, destacou-se também João de Britto Namorado, Emílio Vale, João Alves de Melo, Luiz Grevy Silva e José Seabra. Acreditamos que o campo de Jaeci Emerenciano, onde está inserido seu grupo de convívio social, suas relações profissionais e seu *habitus* contribuíram para seu destaque profissional e consequentemente social ou vice versa.

Figura 18: “O fotógrafo dos artistas”



Fotografia da “natal” dos fotógrafos da década de 1950 em Natal, entre eles alcunhado por “fotógrafo dos artistas”, está Jaeci Emerenciano. Em: Gomes, 2012, páginas 164 e 165.

⁴⁶ Referência a Jaeci Galvão no site: “Natal de Ontem” que funciona desde agosto de 2008 e teve publicações com sequência até o ano de 2011. CAVALCANTI NETO, 2011.

Jaeci Galvão, o fotógrafo das paisagens natalenses, operacionaliza uma narrativa que circunscreve as percepções do tempo e do espaço, que estão *pari passu* influenciando ou sendo influenciadas pelas formas de conhecimento que dimensionam as sutilezas e evidências das tramas culturais.

4.2.1 O florescer de um fotógrafo

Jaeci Emerenciano Galvão nasceu em Natal, no dia 05 de julho de 1929, filho de Jaime e Cecília. Seu pai, Jaime Coelho Galvão, trabalhou na coletoria pública do município da Penha, hoje Canguaretama. Residiram, nesse município, por 10 anos e depois retornaram a Natal, para o pai de Jaeci exercer o cargo de fiscal aduaneiro da alfândega. E, Cecília Emerenciano Galvão, sua mãe, foi uma mulher à frente de sua época. Nasceu em Natal, na Rua Ulisses Caldas, perdeu os pais no início da adolescência e organizou sua sobrevivência com o trabalho artesanal de bordados, após o casamento, tomou a frente da criação de gados da família e organizou um comércio de farinhas. No comércio de farinhas era responsável desde o cultivo até a venda da mandioca, possuiu ainda um armazém no centro da cidade de Natal. Jaeci herdou da mãe o gosto pelos negócios⁴⁷.

Tem uma única irmã, mais jovem, chamada Teresinha Emerenciano Galvão Vaz (1931), hoje casada com o senhor Álvaro Vaz. Teresinha foi funcionária pública e trabalhou no palácio do governo, na Secretaria de Segurança do Interior e da Justiça e é aposentada. Jaeci iniciou seu trabalho muito cedo, ainda adolescente, na época que estudava no colégio Atheneu Norte-Rio-Grandense, seguindo o exemplo da sua família no qual todos trabalhavam. Naquela época, seguir adiante na escola não era interessante para Jaeci, já que não demonstrava um maior interesse pelas carreiras tradicionais. “Meus pais queriam demais que ele se formasse, porém ele preferiu se dedicar à fotografia”.⁴⁸

A escolha profissional veio sob grande incentivo da mãe de Jaeci, que preocupada com o futuro do filho, observou o interesse com que o menino manejava a máquina fotográfica do pai e cogitou para ele a profissão de fotógrafo, visto o retorno financeiro positivo da profissão. Como relembra sua irmã: “Papai tinha uma

⁴⁷ As informações acima foram extraídas de diálogos realizados com a irmã de Jaeci, Teresinha Emerenciano Galvão Vaz e com a filha de Jaeci, Patrícia Grace Gurgel Medeiros em 23/06/2012.

⁴⁸ Teresinha Emerenciano de Galvão Vaz, depoimento de 25/06/2012.

máquina, ele começou com a máquina de papai e tio Alphéo ajudou depois”⁴⁹. O trabalho de José Seabra de Melo, que na época fazia fotografias na Praça Pedro Velho e tinha uma grande clientela, também serviu de inspiração e incentivo:

(...) naquela época foi ele quem inventou a fotografia na praça. É tanto que faziam filas para tirar retratos, àquelas árvores feito coelhinhos e cavalinhos... E minha mãe sabia que eu não era muito chegado as letras, fez eu comprar uma máquina e daí me tornar um fotógrafo seguidor daquele Seabra.⁵⁰

Jaeci objetivava comprar um bom equipamento e com o apoio da sua mãe montou um pequeno empreendimento, com o objetivo de arrecadar capital suficiente para a compra de seu equipamento fotográfico. Assim, ergueram uma pequena fábrica de sorvetes, no qual Jaeci assumiu a produção e distribuição da guloseima. Afinado com o objetivo de possuir sua câmara, Jaeci organizou um grupo de garotos para a venda dos sorvetes nas ruas e nas praias de Natal. Logo, quando Jaeci completou 15 anos, seu tio Alphéo, militar, em uma viagem de retorno a Natal, lhe apresentou um marinho que comercializava máquinas fotográficas, entre outras mercadorias. Entre as máquinas que estavam disponíveis havia uma de fole, de médio porte, de origem alemã a *Voiitlender Baby Bessa*. Nessa câmara fotográfica Jaeci viu à oportunidade de se profissionalizar, era uma das máquinas mais modernas e cobiçadas da época. Sobre a profissionalização a irmã Terezinha afirma que a responsabilidade e a vontade de trabalhar sempre cercou a vida de Jaeci, que muito cedo abraçou os deveres profissionais e familiares.

Casou-se ainda na adolescência em cerimônia religiosa com Albanisa Alves, união que lhe trouxe a filha Suely Alves Galvão (faleceu no terceiro ano de vida); os seus filhos gêmeos Jair e Jaime Alves Galvão e Frederico Alves Galvão (fotógrafo). Em âmbito civil constituiu seu segundo matrimônio, com Eufrosina Gurgel Santos Galvão, que a família carinhosamente chamava de Loinha ou Goia, tiveram quatro filhos: George William Gurgel Galvão; Geórgia Gurgel Galvão (Nena); Jaeci Júnior, que do pai herdou, em especial, o amor pelas fotografias aéreas (fotógrafo de paisagens aéreas) e a filha Patrícia Grace Gurgel Medeiros⁵¹. Depois dos dois casamentos chegou a constituir união estável com Maria do Rosário com quem teve o filho João Henrique, posteriormente morou com Neide e teve uma filha

⁴⁹ Depoimento de Terezinha Galvão Vaz, 25/06/2012.

⁵⁰ Jaeci Emerenciano Galvão. Em: TAVARES, 2011.

⁵¹ Depoimento de Terezinha Galvão Vaz, 25/06/2012.

com o nome de Nicole e atualmente vive com Vitinha e com filho dessa união chamado Jeison..

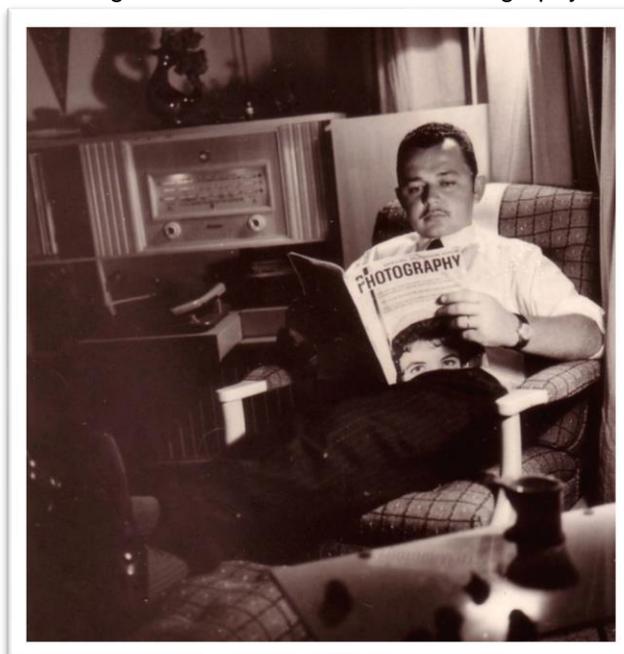
Vale salientar – por causa das notas publicadas em jornais e revistas que associam de maneira equivocada o fato do profissional ter se dedicado à fotografia ao fato de não gostar de estudar⁵² – que ser fotógrafo na época de Jaeci exigia antes de tudo estudo, dedicação e conhecimentos específicos. Ainda no ano de 1943, foi aprovado por meio de um exame de admissão para cursar o ginásio no Colégio Atheneu: a melhor instituição de ensino do estado nesse período. O desinteresse do jovem fotógrafo estava em seguir as carreiras tradicionais, como a medicina e o direito que eram incentivadas por seus pais, como pela maioria das famílias que possuíam a oportunidade de manter seus filhos estudando. O gosto pelo estudo e pelas leituras pôde ser observado pelas buscas que precisou empreender para ser capaz de desenvolver sua arte dentro de uma determinada estética e de técnicas necessárias para a revelação de seus negativos. Conduziu também estudos na língua inglesa, que também foi essencial para a aquisição de material fotográfico junto aos militares norte-americanos e para a leitura das principais revistas fotográficas (fotografia 18).

Acho que posso afirmar que antigamente as pessoas estudavam até o quinto ano primário e quem quisesse ser médico ou advogado é que continuava estudando. Vale salientar que com pouco estudo que tinham sabiam falar, ler e escrever bem. Papai fez diversos cursos, participou de congressos, tudo para poder melhorar em sua profissão ele fez e quanto ao Inglês lembro quando criança que ele comprava enciclopédias e ficava repetindo a pronúncia, depois ele praticava com os turistas que compravam na loja dele⁵³.

⁵² Ver Revista Palumbo, Natal, julho, 2012, p. 16 e PREÁ Revista Cultural, Natal, setembro de 2004, p. 08.

⁵³ Depoimento de Patrícia Grace Gurgel Medeiros 13/05/2012.

Fotografia 13: Jaeci e a revista Photography



Autorretrato. Fonte: Acervo de Jaeci Galvão.

Jaeci acompanhou a evolução da fotografia e dos profissionais e ressalta que desde quando começou a fotografar era necessário o profissionalismo:

Hoje, tiram uma foto rapidamente, tem o seu valor... Hoje, não existe mais a cobrança de antigamente... Antes, o trabalho era duro. Nunca tive um professor, comprava livros, revistas, aprendia a mexer nas câmeras, tudo sozinho. Eu fazia todo o processo: fotografava, comprava as fórmulas, as químicas, o filme, ia para o laboratório revelar, pendurava o filme para secar, fazia até a limpeza do laboratório. Um trabalho demorado levava horas... Comecei comprando com os americanos, depois comprava no Rio de Janeiro nas viagens que eu fazia.⁵⁴

Existia toda uma dedicação de Jaeci ao trabalho, ao desenvolvimento da técnica fotográfica. Sobre esse aspecto nos descreve o fotógrafo Francisco Barca⁵⁵, conhecido popularmente como Chico Canhão:

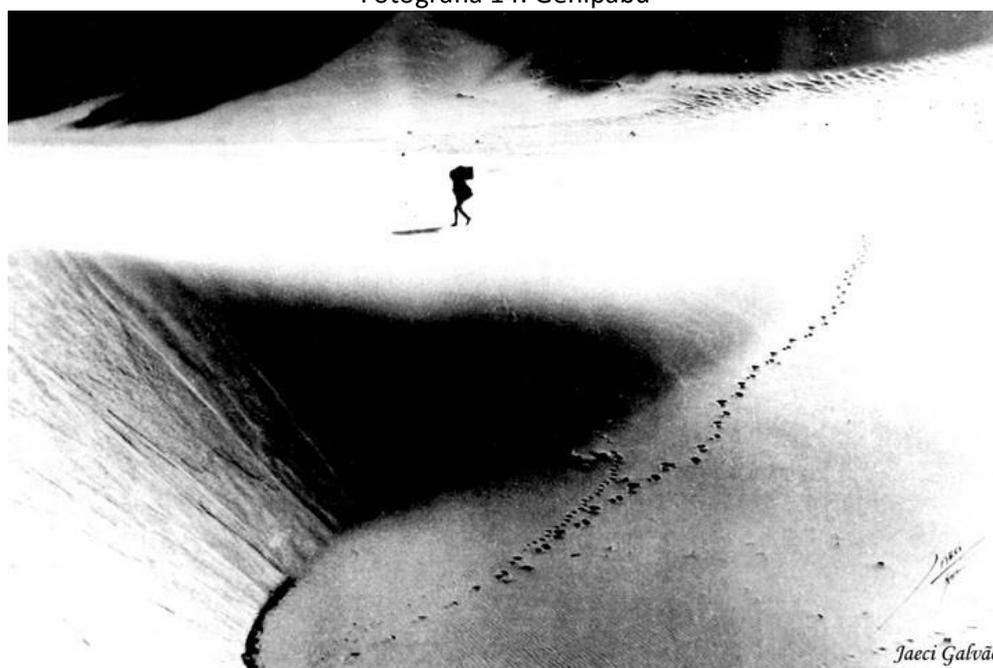
⁵⁴ O primeiro, dos vários diálogos que estabelecemos com Jaeci Galvão, 05/11/2011. Após os contatos por telefone vieram às visitas a residência. A primeira visita, foi realizada em 20/04/2012. Somaram-se um total de 07 visitas, nos quais 04 foram acompanhadas pelo seu filho Jaeci Galvão Junior. No decorrer da pesquisa, entendemos que algumas limitações recentes impostas a sua vida, em prol de sua saúde, fez com que o retorno às lembranças do passado fosse repleta de saudade e, conseqüentemente, silêncio. Jaeci, além de fotógrafo exercia atividades sociais e esportivas intensas, hoje leva uma vida pacata, com restrições.

⁵⁵ Francisco Barca ou Chico Canhão, como é conhecido popularmente é economiário e fotógrafo. Participava frequentemente das exposições da Galeria do Povo, nas décadas de 1970 e 1980, em Natal. É conhecedor dos fotógrafos e da fotografia, de sua época, no Rio Grande do Norte. Depoimento de 12/09/2012.

Jaeci fazia cartões fotográficos, subia em escadas, voava, subia em prédios, tudo isto na busca pela imagem que iria comercializar. Documentou, muitos também documentaram, mas não do seu jeito, com o seu olhar e fazer. E, nos presenteou com imagens que contam a história da "evolução" urbana de Natal. Lembro que quando eu tinha uns 20 anos entrei no escritório dele e vi uma foto de uma pessoa com uma sombra enorme projetada, acho que era no morro de Genipabu: uma maravilha. Jaeci é um paisagista, o olhar que ele tem é inconfundível é uma marca registrada da sua obra. Na realidade um fotógrafo sem especialidades, sempre foi muito bom em tudo que fazia. Na foto social, uma referência à parte. No estúdio esmerava-se para capturar uma imagem que fosse ao encontro do referente. Sorte sua ter tido a oportunidade de realizar esse trabalho.

A exposição de Barca demonstra a relação amistosa do profissional com outros profissionais e o respeito que o mesmo conseguiu conquistar entre a classe de fotógrafos. Encontramos nos arquivos de Jaeci Júnior a fotografia ao qual se refere o fotógrafo Francisco Barca (acima citada).

Fotografia 14: Genipabu



Fonte: Acervo Jaeci Júnior

O Fotógrafo de cartões-postais e colecionador Esdras Rebouças Nobre⁵⁶, que teve a oportunidade de desenvolver alguns trabalhos e de colecionar os cartões-

⁵⁶ Esdras fotografa paisagens brasileiras para os cartões-postais, desde o final da década de 1980 até os dias atuais. Tem trabalhos desenvolvidos com as editoras Cluposil, Brascard, Litocard e Litoarte. É citado no livro de Daltozo (2006, p. 165), como uma das referências nacionais em fotografia de postais e colecionismo, tem mais de 30.000 cartões-postais em sua coleção. Estivemos durante todo um dia com o fotógrafo, que nos mostrou seu trabalho e nos permitiu, que fotografássemos a coleção de postais que possui do fotógrafo Jaeci Galvão. Depoimento de 01/06/2012.

postais fotografados por Jaeci, pôde observar uma parte da carreira do profissional. Sobre a experiência de Jaeci como profissional da fotografia, Esdras diz que:

Jaeci hoje deve ter mais de 80 anos... Eu fazia o primário com o filho dele George. Foi aí que tive um dos primeiros contatos com o cartão-postal. Eu admirava muito o seu trabalho e com certeza ele foi uma grande inspiração para mim: primeiro para começar minha coleção de postais e depois outra inspiração para o trabalho que durante 20 anos venho desenvolvendo como fotógrafo de cartões-postais. É educado, gentil, de pouca conversa. Mas é uma grande pessoa, um grande profissional, excelente paisagista. Natal tem muito que agradecer a Jaeci, pois ele ajudou muito na década de 1960 a divulgar a imagem de Cidade. Eu mesmo tenho mais de 30 postais dele aqui⁵⁷.

Mas, o sucesso que veio logo depois e perdura até os dias de hoje não foi de supetão, o adolescente de 15 anos de idade precisou construir o seu caminho. E a esse respeito Francisco Lira⁵⁸ diz que:

A entrada de Jaeci na fotografia local demorou um pouco. Mesmo pertencendo a duas famílias de tradição ele foi fotógrafo lambe-lambe na Praça Pedro Velho. Com o tempo e a sua visão comercial a vida lhe deu conforto e status. A loja que teve durante muitos anos na João Pessoa era moderna e tornou-se referência de equipamentos fotográficos e a casa da Rodrigues Alves, em que vivia era um bangalô de rico. [...] Ele tornou-se proprietário do que havia de melhor para se fotografar. Nos anos 70 tive alguma aproximação com Jaeci e lembro que estava sempre com a *Nikon* no banco do seu *Landau*.⁵⁹

Lira refere-se ao período em que Jaeci, como a maioria dos fotógrafos da cidade, iniciou sua carreira percorrendo o colégio Atheneu e a Praça Pedro Velho, atual Praça Cívica. Nesse espaço captava imagens de famílias em passeio, de casal de namorados e jovens que queriam registrar seus momentos de lazer. À medida que a cidade de ruas estreitas, pavimentada de paralelepípedo e com prédios simples foi sendo ocupada pelos militares e civis norte-americanos, novas práticas cotidianas foram sendo imersas. E, Jaeci se inseria nesse contexto, aceitava, se relacionava e incorporava as novidades.

Procurou no inconveniente da guerra as conveniências do desenvolvimento socioeconômico local. Vendeu, comprou, aprendeu, apreendeu, frequentou e registrou os espaços que os norte-americanos iam ajudando a

⁵⁷ Esdras Rebouças Nobre, Depoimento de 01/06/2012.

⁵⁸ Francisco Lira é odontólogo por formação (1980 – UFRN), filho das famílias tradicionais da capital, é muito conhecido, tem um grande interesse pelas fotografias, principalmente as de paisagem, exerce a profissão de Produtor e editor de guias de Turismo.

⁵⁹ Francisco Lira, depoimento de 25/06/2012.

desbravar em Natal. Mergulhou com os militares norte-americanos na praia de Ponta-Negra, local ainda distante do imaginário dos residentes de Natal, principalmente para o lazer e a economia. É desse espaço e tempo, início de construção da sua jornada como fotógrafo, que Jaeci tem uma das suas mais surpreendentes lembranças fotográficas. O triunfo da sua carreira iniciou-se arraigado ao avanço urbano e populacional da cidade, mas a marca da sua memória está no espaço em que se dá a relação do humano com a natureza, uma natureza ainda com a mínima interferência da técnica: A praia de Ponta-Negra da década de 1940.

Na praia de Ponta Negra, antes pacata morada de pescadores, que começou a mudar seus sentidos durante a guerra, quando recebia todos os dias soldados levados pelos caminhões do exército para momentos de lazer, Jaeci conheceu os militares. Junto com eles participou de brincadeiras, treinou o seu inglês e fez à fotografia que até o momento é o registro iconográfico mais antigo que temos conhecimento do Morro do Careca (fotografia 19). Chegar até a Praia de Ponta Negra, na década de 1940, era uma longa distância quando comparada as regiões centrais e econômicas da cidade, significava atravessar estradas improvisadas ou improvisá-las para contemplar o mar. Era uma aventura, era desbravar os trechos pouco habitados que para muitos ainda beirava o desconhecido.

Atualmente, ao referir-se à paisagem da Praia de Ponta Negra que registrou em 1943, Jaeci acrescenta: “Ela para mim foi marcante. Eu posso até dizer que foi a fotografia que marcou a minha vida”⁶⁰. A panorâmica realista que fez coloca a paisagem em toda a cena, uma composição harmônica e bem fotometrada e apesar do “Ford Barata” da família Galvão, ter sido mantido no centro da cena, atraindo a atenção do olhar, a paisagem não é relegada ao segundo plano, pois logo após o olhar central o leitor é convidado a percorrer a cena, principalmente para tentar contemplar o espaço ao redor do carro.

Uma imagem paradisíaca, um refugio do homem moderno, que consegue alcançá-la por meio da tecnologia criada. Ao ultrapassar as barreiras do solo arenoso e colocar o seu automóvel em frente à paisagem que lhe desperta a atenção, o fotógrafo coloca a natureza e a técnica ao seu serviço. “Papai tinha essa

⁶⁰Jaeci Galvão, em entrevista para Anna Ruth Dantas. Coluna *3porquatro*: Jaeci Galvão. Jornal Tribuna do Norte, Natal, 15 de janeiro de 2012, p.09

baratinha, com uma capota que era azul, nós viajávamos muito atrás, havia uma pequena estrada de areia e matinho e chegamos até aí”, nos revelou Jaeci⁶¹. Uma representação típica da paisagem na arte moderna. O Morro do Careca que surge em nosso olhar na fotografia de Jaeci ainda não carregava a representação simbólica da identidade turística da cidade.

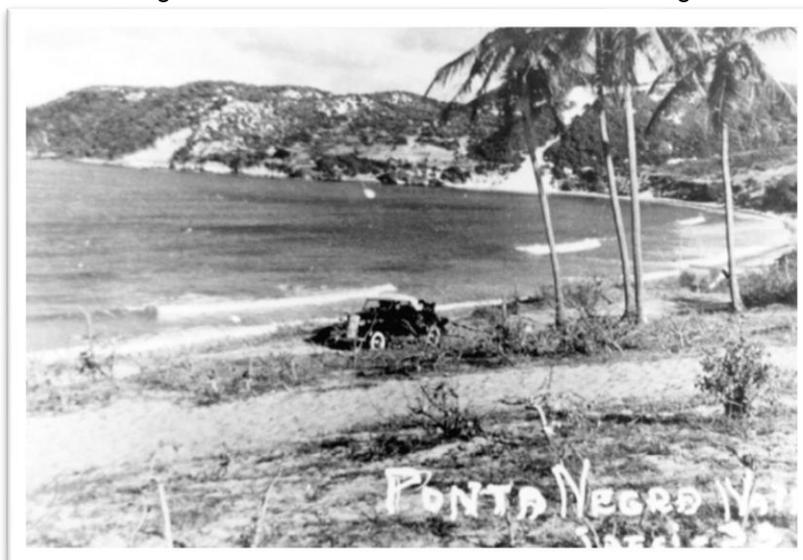
Jaeci olha com saudade a fotografia ampliada da praia. Um lugar de memória na lembrança do autor. Local que na atualidade se plasmou aos sentidos e visualidades que lhe foi dado, associando-o a espaço de lazer, consumo e fruição, para os que vão desfrutar suas horas livres e em local de investimento e trabalho para os que buscam o lucro que o tipo de consumo praticado diante dessa paisagem oferece. Uma construção social que começou nas práticas das horas livres diárias dos militares e colaborou lentamente com a substituição dos pescadores, antigos moradores, que dali tirava o seu sustento; para comerciantes que oferecem serviços e mercadorias para os vão desfrutar à paisagem. Logo, o espaço recortado pelo mercado turístico se transformou no maior monumento de identidade e de chamada ao turismo na cidade de Natal. Uma paisagem que se constitui em camadas de representação histórica, social, política e econômica, que condensadas camuflam-se no originário coletivo em seu fim último. Como podemos observar na descrição do próprio fotógrafo, que imerso nesse campo, absorveu toda a ideologia imposta ao espaço recortado em paisagem:

Ponta Negra é especial porque realmente Ponta Negra tem qualidade. Veja o morro do Careca, toda aquela paisagem que nós vemos, é tudo o que há em Ponta Negra, o que foi e o que é. Eu acompanhei essa evolução de Ponta Negra do que era e do que é atualmente.[...] na verdade esse encantamento a gente vê a olho nu, o que era e o que é. Aquelas paisagens de antigamente e as paisagens atuais. Tudo isso está na vida da gente: Ponta Negra, principalmente o Morro do Careca⁶².

⁶¹ Depoimento de Jaeci Galvão, em: 20/04/2012.

⁶² Jaeci Galvão, em entrevista para Anna Ruth Dantas. Coluna *3porquatro*: Jaeci Galvão. Jornal Tribuna do Norte, Natal, 15 de janeiro de 2012, p.09.

Fotografia 15: A baratinha na Praia de Ponta Negra



Fotografia de Jaeci Galvão, 1943 (data revelada pelo autor da foto).
 Fonte: CD Room: Natal Ontem e Hoje.

Essa foi a primeira panorâmica do profissional que se tem conhecimento e que circula em âmbito público. Imagem valiosa por revelar o espaço da praia de Ponta Negra na década de 1940, além de destacar o interesse, do ainda adolescente, Jaeci pelas paisagens e pela fotografia.

E, depois de dissertarmos sobre o interesse do jovem pela fotografia, evidente diante da composição revelada em sua primeira panorâmica, vale resaltar, como Lira exemplificou que tino comercial não faltou a Jaeci Galvão. Abriu a sua primeira loja “Foto Jaeci” no ano de 1948, estrategicamente na rua do cemitério do Alecrim (Rua Amaro Barreto, no bairro do Alecrim). A proximidade com o cemitério favorecia o registro dos velórios e enterros que eram fotografados na época: algum parente ou conhecido da pessoa falecida ia até seu estabelecimento para contrata-lo a fim de fazer o registro fotográfico da família em volta do caixão.

Era comum também, segundo Jaeci⁶³, que os “anjinhos”, pessoas falecidas na infância, fossem fotografados no caixão durante cortejo do velório. Vale ressaltar o grande índice de mortalidade de crianças no estado nesse período, sendo esse um negócio lucrativo para os profissionais da fotografia no início da carreira. As fotos, posteriormente, eram copiadas e distribuídas entre parentes e amigos com uma dedicatória no verso escrita pela mãe do falecido. Jaeci passou

⁶³ Entrevista de Jaeci Galvão dada a Preá Revista de cultura, Natal, setembro de 2004, p. 08.

rapidamente do comércio das fotografias de “anjinhos” e de documentos para a cobertura fotográfica de eventos sociais e paisagens urbanas.

Foi também um momento de significativa expansão socioeconômica da cidade, o número de habitantes praticamente dobrou entre os anos de 1940 e 1950, a população residente em Natal saltou de 55 mil para 104 mil habitantes. Um cenário favorável, que associado ao respeito com os clientes, ao vínculo de relações sociais e a qualidade dos materiais que priorizava em seu trabalho levou Jaeci rapidamente a um progresso material expressivo. O que propiciou a mudança para um ponto comercial considerado mais atraente financeiramente. Logo no início da década de 1950, já estava com o “Foto Jaeci” estabelecido na Rua Dr. Barata, centro de destaque comercial da antiga Ribeira, local onde de dia destacava-se o comércio das meias de seda, dos vestidos finos, dos relógios e tapeçarias e a noite era frequentada pelos moradores que buscavam diversão no cinema, no teatro, nos bares, na zona de meretrício entre outras opções que compunham a cena urbana.

O período foi de ascensão econômica na cidade de Natal e na vida profissional de Jaeci. Nada escapava ao seu olhar: as praias, praças, ruas, monumentos, casarios, cinemas, clubes, tudo foi documentado. Momento ímpar que se iniciava na produção da imagem da cidade por meio da fotografia, entre seus suportes os cartões-postais e também na cobertura fotográfica das festas-bailes, segmentos fotográficos em que Jaeci foi um dos precursores. Os eventos sociais fotografados nos clubes pelo Jovem profissional eram frequentados, majoritariamente, pela elite local (fotografia 20). Os clubes eram locais de destaque da sociedade natalense, principalmente o Aero Clube e o Clube América e Jaeci marcava presença em todos os eventos realizados nesses espaços.

Fotografia16: Baile de carnaval



Fotografia de Jaeci Galvão. Baile de carnaval do Aero Clube.
Fonte: Acervo de Luiza Dantas. Em Tavares, 2011.

No contexto geral, Natal experimentou uma grande intensificação na vida social e econômica dos seus habitantes, principalmente nos serviços de lazer e cultura. Entretanto, com o final da guerra, a grande parte dos militares que avolumaram o comércio local deixou pouco a pouco a cidade, permanecendo aqui somente os que necessitavam prestar serviços especiais na base aérea. Conforme Smith Júnior existia uma “grande preocupação por parte do governo norte-americano com relação à Cidade de Natal, uma vez que com a retirada das tropas americanas a cidade poderia sofrer um colapso. Contudo, devido aos eventos posteriores, nada foi feito” (1992, p. 158).

Sobre essa época, o próprio Jaeci considera um detalhe: “você via dez americanos e um brasileiro. O comércio era todo voltado para as forças armadas americanas”⁶⁴. Natal, teve que enquadrar-se ao esvaziamento ocorrido com o fim do conflito militar, com a retirada do capital estrangeiro. De todo modo, a cidade ficou marcada por novas fisionomias decorrente da movimentação promovida pelos militares que aqui residiram e ajudaram a delinear novas práticas sociais, comerciais e urbanas.

⁶⁴ Entrevista com Jaeci Galvão citada por Araújo, 2003 p. 187.

Depois desse momento se destacaram os bairros de Petrópolis e Tirol favorecidos pela construção da Estrada Parnamirim Road e pelo rígido controle de barreiras legais, que os fez concentrarem uma ocupação selecionada de moradores, pertencente às classes sociais mais favorecidas financeiramente e simbolicamente ou aqueles que estas permitiam. O que originou uma segregação espacial que resignificou os espaços econômicos e sociais da capital. Deslocando, principalmente o espaço comercial elitista que se situava na Ribeira, para a Cidade Alta, Tirol e Petrópolis. Um exemplo é o Grande Hotel, que fora um importante símbolo social do Bairro da Ribeira e paulatinamente entrou em declínio a partir do final da Segunda Guerra Mundial (SOUZA, 2008).

Nos anos de 1960 o comércio de prestígio social já havia praticamente abandonado a Ribeira em direção à cidade alta. A Avenida Rio Branco era o ponto principal de circulação de mercadorias para a classe abastada economicamente em Natal e Jaeci acompanhou essa transformação, instalou a sua loja na esquina da Avenida Rio Branco com a Rua Coronel Cascudo, conhecida popularmente por “Beco da Casa Régio” e posteriormente por “Beco do Jaeci”. Sobre esse deslocamento o fotógrafo destaca:

Nós vimos uma mudança nesses dois bairros, naturalmente, naquela época a Ribeira teve uma vida bastante agitada com vários atrativos. Essa mudança que foi sentida trouxe, inclusive, a necessidade de acompanharmos. Eu saí da rua Dr. Barata, alto da loja Paulista, para a Avenida Rio Branco, ali no Grande Ponto, com Coronel Cascudo. E naquela época o Reginaldo Teófilo montou uma loja do lado e eu tinha a foto do outro lado... Inclusive foi chamado de Beco do Jaeci. Era conhecida a Coronel Cascudo como Beco do Jaeci⁶⁵.

Para Jaeci as transformações que ocorreram na capital potiguar, tanto na economia, nas práticas sociais, como no traçado urbano da cidade foram promissoras. Após a mudança do endereço comercial, no ano de 1963, mudou-se com a família para morar numa confortável e elegante residência, na Avenida Afonso Pena, no Bairro do Tirol, casa projetada pelo seu amigo, o arquiteto, João Maurício Miranda. Local, que como já pontuamos concentrava a elite da cidade, sendo assim o centro irradiador da vida social natalense. Foram transformações que deram significativo impulso à profissão do fotógrafo.

Em 1970, comprou um prédio na Rua João Pessoa, onde instalou sua loja “Ótica Cine Foto Som Jaeci” que nessa época já era referência estadual em

⁶⁵ Idem.

materiais fotográficos e cinematográficos. Possuía as marcas mais competitivas e famosas do mercado, como: Perutz, Forte, Pratica, Agfa, Orwo, konica, kodak, Fujie e a Curt Filmes. E, Jaeci expandiu seus negócios para além da fotografia (fotografias: 22 e 23).

Fotografia 17: Ótica Jaeci, Cine-Foto-Som.



Fotografia de Jaeci Galvão. Década de 1970.
Fonte: Acervo de Jaeci Junior.

A loja do fotógrafo Jaeci, localizada na Rua João Pessoa, foi durante muitos anos a preferida da classe alta da cidade. Era ícone de beleza e de diversidade em materiais. Porém, quem não podia possuir os produtos oferecidos, podia ao menos, conhecer e educar o olhar direcionando-o as tecnologias mais modernas expostas nas vitrines. A empresa de Jaeci Galvão supria toda a cidade em relação aos materiais necessários para o processo da técnica fotográfica. Jaeci Galvão permaneceu na loja da Rua João Pessoa até o final da década de 1990.

Fotografia 18: Ótica Jaeci.



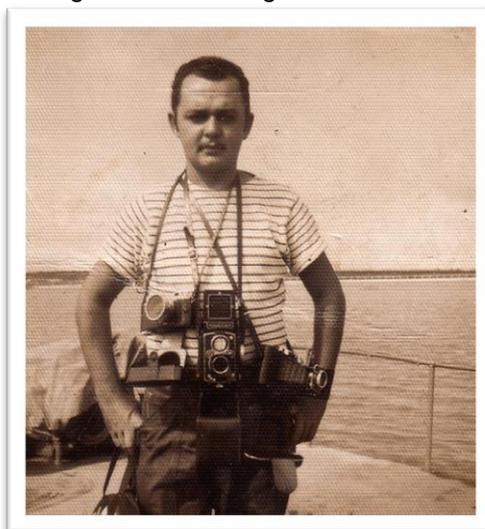
Fotografia de Jaeci Galvão, final de 1970.
Fonte: Acervo de Jaeci Galvão.

No decorrer desse período, Jaeci empreendeu sucessivas viagens, inclusive fora do território nacional, alargou o seu mercado de atuação profissional, estendeu seu patrimônio material e social e acumulou um capital financeiro significativo. Inclusive, chegou a ser um dos fundadores do Clube dos Diretores e Lojistas de Natal – CDL, instituição com o objetivo de defender a classe empresarial da cidade. Essas conquistas o deram a possibilidade de estender seu capital material e simbólico.

Várias câmaras fotográficas foram utilizadas por Jaeci Galvão para desenvolver sua profissão, entre as opções que surgiram no mercado passaram por suas mãos: as suecas *Hasselblad 500 C* e *Hasselblad Super Wide*, equipamento que ganhou a preferência dos profissionais principalmente pela precisão e a rapidez na velocidade de obturação, a reputação da marca aumentou quando foi escolhida pela NASA para ser utilizada no espaço; para o uso no estúdio priorizou as *Mamiya Universal* e a *Mamiya C 330*; a *Fujica G690 6x9cm*, *Fujica 9x9cm* e *Fuji GF 670 6x7cm*. Essas eram as câmaras de médio porte. De grande porte utilizou a *Graflex SLR 4x5* polegadas, com o flash de lâmpadas de magnésio. Das câmaras de fole deu prioridade a alemã *Voigtländer Baby Bessa*. Utilizou as *Rolleiflex 6x6cm* e comprou Nikon D90 analógica. Uma das suas últimas aquisições, para fins profissionais foi uma *Pentax 6x7cm*, 110 mm, que utilizava nos voos para fotografar panorâmicas da cidade. Nunca chegou a usar durante a atividade profissional uma máquina digital⁶⁶.

⁶⁶ Todas as informações a respeito do equipamento fotográfico de Jaeci Emerenciano Galvão foram sendo colhidas no decorrer da pesquisa, durante as visitas à casa de Jaeci. O fotógrafo Francisco Barca em depoimento de 05/09/2012 acrescentou e detalhou as informações. As informações acrescentadas por Francisco Barca foram legitimadas por Jaeci Emerenciano Galvão Junior, filho de Jaeci e fotógrafo, em 08/09/2012.

Fotografia 19: O fotógrafo Jaeci Galvão



Autorretrato, década de 1950. Acervo: Jaeci Galvão.

No período que atuou profissionalmente Jaeci Emerenciano Galvão dividia o seu tempo entre a profissão, a família, o lazer com os amigos e as atividades esportivas. Foi o único fotógrafo de Natal que no elitizado late Clube de Natal, exerceu mandatos no posto de Comodoro (1981/1983 – 1983/1985), ainda faz parte do Conselho Vitalício do Clube. Nos últimos meses pela fragilidade em relação à saúde tem se mantido em repouso na sua residência.

4.3 JAEICI E AS PRIMEIRAS PAISAGENS TURÍSTICAS

Na década de 1940, a relevância econômica do turismo em Natal era mínima, principalmente por causa da ausência de infraestrutura básica para comportar essa atividade. A iniciativa de fomento da atividade turística seguiu de forma inexpressiva até a década de 1980, ocasião em que a crise vivida pelos segmentos econômicos tradicionais desembocou na necessidade de uma maior articulação entre as políticas de turismo e as políticas econômicas em geral, proporcionando um salto importante nesse setor. Todavia, o período que precede a década de 1980, foi importante na construção das bases ideológicas, dos pensamentos e imaginários que envolviam o turismo. Foi o período em que se difundiu as primeiras concepções e incorporação de valores que traduziram-se nos germens da história do turismo em Natal.

A ausência de materialização e planejamento nas primeiras políticas de turismo não impediu o fotógrafo Jaeci Galvão, que iniciou o processo de registro da

cidade de Natal, de acreditar no turismo como atividade passível de trazer desenvolvimento para o local. E por esse motivo, iniciou em suas fotografias de cartão-postal o processo de divulgação de zonas estratégicas da capital. Assim como a cidade ampliava as suas artérias, nessa nova lógica econômica e material que Natal experienciava, era imprescindível marcar as transformações e colocá-las no mercado de imagens.

Com o alargamento da cidade favorecido pela construção de novos bairros, ruas e avenidas, não era mais possível ao morador e aos visitantes apreender a cidade com um simples olhar ou caminhar. Era necessária uma distância cada vez maior da cidade para referenciá-la, transportes mais velozes para circular na cidade e ver os espaços que se transformavam. Já, os novos espaços traçados que se abriam, passíveis de visualidade fotográfica foram sendo cuidadosamente selecionados e captados pelo jovem profissional.

Como afirma Susan Sontag (2006, p. 172) a máquina fotográfica estimulou novos desejos de visualidades, entre eles, incentivou o deslocamento, nesse período no qual as viagens já se organizavam profissionalmente em alguns pontos do país. A autora agora citada elucida também que por meio das fotografias temos uma relação de consumidores com os eventos, tanto com os que fazem parte da nossa experiência, como aqueles que dela não fazem parte. E essa relação de consumo com os espaços foi excitada por um segmento imagético, propenso e versátil para aportar às transformações e os desejos de viagem: os cartões-postais. Agora com novas mensagens implícitas, não mais essencialmente ligadas as expectativas de ordem, desenvolvimento e progresso, mas elencado a lógica capitalista de oferta dos espaços.

As marcas do progresso que circularam por todo o ocidente nesse meio de comunicação estavam desmascaradas pelos dois grandes conflitos mundiais. Contudo, as tecnologias de transporte e de comunicação que se desenvolveram trouxeram novas concepções, não só proporcionou o acúmulo de riquezas, como ordenou às horas livres com a prática de atividades segmentadas que instituíram novas e diversificadas relações, entre elas o turismo. Para profissionais, como foi o caso do Jaeci, cabia registrar da melhor maneira possível às paisagens que surgiam como novas opções de fruição e de desejo. Pode-se inclusive afirmar que se criou uma necessidade turística vinculada ao desenvolvimento capitalista de formação de mercados, associado às imagens que circulavam divulgando paisagens. Viajar

transformou-se em um ícone de status e de desejo entre as diferentes camadas sociais.

Em Natal, estabelecia-se o desejo econômico e político em organizar a atividade. E esta é sentida em 1969, na revista o RN Econômico que publicou a seguinte nota:

Quatrocentas pessoas reúnem-se de 4 a 6 de dezembro em Natal, no auditório do SESC, para falar de turismo como forma desenvolvimento. Mas Natal poderá perder esta oportunidade ímpar de mostrar a sua vocação turística aos participantes do II congresso nacional de turismo, de vez que quase nada vem sendo cumprido de todo um planejamento feito pela SERETE que descobriu a vocação da Capital do Rio Grande do Norte e recomendou à Prefeitura uma série de medidas que permanecem engavetadas. Estas medidas visam o aprimoramento das belezas naturais da cidade que servem como ponto de atração turística, mas que estão abandonadas⁶⁷.

Em sua crítica o autor mostra-se perplexo ante o descaso dado a atividade que acredita-se ser passível de resolver os problemas econômicos mais urgentes da capital. Uma vez que para ele a cidade é dotada de uma “vocação” turística por sua natureza exuberante. Contudo, como já vimos anteriormente, com o exemplo das diferentes percepções que circunscrevem o mar, estudadas por Alain Corbin (1982), podemos afirmar que nenhum lugar tem efetivamente vocação turística. O discurso de vocação turística de Natal é construído junto com as novas relações econômicas, políticas e sociais da cidade elencados a suposta tradição internacional que foi construída em torno da cidade, principalmente por sua posição geográfica que favoreceu a vinda dos aviadores franceses antes da guerra e do papel importante que, especialmente, exerceu durante o segundo conflito mundial.

O evento realizou-se. Os visitantes foram recebidos em Natal pelo historiador e folclorista Câmara Cascudo, juntamente com uma comitiva de treze embarcações navegando pelo Rio Potengi. O fato ocorrido expressa uma das ações para a construção da ideologia de “vocação” turística da cidade de Natal. São imagens e imaginários vivenciados e registrados por Jaeci, que a uma observação mais atenta, se mostram fundamentais para o entendimento dos espaços turísticos hoje vividos em Natal. Um processo que depende de toda uma construção que envolve o local e o global que se inter-relacionam a todo o momento nas imagens vivenciadas e registradas por Jaeci.

⁶⁷ Nota econômica, RN Econômico, Natal, 16 a 30 nov. 1969.

Viajar é antes de tudo criar um imaginário do que se vai viver, antes experimenta-se os espaços, principalmente, por meio das imagens pré-visualizadas. Para mostrar aos que desejam a experiência turística é preciso ter esses espaços idealizados, planejados e materializados. Construção que começa sendo internalizado primeiro por meio da cidade e nesses termos Jaeci organiza visualmente todos os espaços de Natal. Um roteiro, que em Natal começa antes na visualidade dada nos cartões-postais. Dessa maneira, Jaeci liga-se ao turismo, revelando a cidade para o olhar do outro, um convite temático e estruturado. Cada um dos seus postais numerados e elaborados sequencialmente, ao qual tivemos acesso é essencial para a ideal compreensão da absorção desses artefatos e de como estruturam uma visualidade em relação com a atividade turística.

5 CENTELHAS DE UMA CIDADE TURÍSTICA NOS CARTÕES-POSTAIS DE JAECI GALVÃO

A atividade turística tem dimensões expressivas em nossa sociedade. É capaz de modificar toda uma estrutura sócio-espacial. Influência no *habitat*, na política, na economia, no meio-ambiente, nas percepções, nas práticas, no cotidiano, nos desejos, entre outras dimensões da vida humana. Diante da amplitude que o turismo como um fenômeno sócioespacial tem tomado faz-se *mister* interpretá-lo mediado às suas relações socioespaciais.

Nos debruçamos sobre os teóricos que dialogam entre as áreas da história, da geografia e das ciências sociais, para entender a relação da paisagem, da fotografia nos cartões-postais e do turismo. Objetos de análise diferenciados, mas quando inseridos no fenômeno turístico formam uma tríade que plasmam-se na construção de ideologias. São eles mesmos construções e construtores de contextos ideológicos.

Jaeci Emerenciano Galvão, memória viva da história da cidade, profissional que, mesmo diante do apelo público que há em torno das suas fotografias⁶⁸, não existe nenhum trabalho metódico em relação a sua obra. Sendo este o primeiro trabalho de cunho acadêmico a dedicar atenção a uma parte da sua

⁶⁸ Ao falar em apelo público diante da obra do fotógrafo, queremos dizer que existem vários materiais em jornais e revistas que dissertam sobre o autor, que na memória dos moradores da cidade ele se destaca como referência, sendo indicado como o fotógrafo das paisagens antigas. Nos estudos acadêmicos várias fotografias que registrou são usadas como ilustração de algum evento ou período e nos livros de memórias lançados recentemente na cidade, mesmo os com compromisso acadêmico ele aparece na lembrança de algum momento especial.

vida e de seus registros fotográficos. Desse modo, acreditamos que ao apontá-lo entre os elementos essenciais da construção das paisagens turísticas de Natal, traremos à tona um dos importantes ícones da história e cultura dessa cidade.

5.1 ORDENANDO A CIDADE DO SOL

As imagens fotográficas de Jaeci Galvão vinculadas aos cartões-postais são paisagens que se retroalimentam em definidos quadros culturais. Além disso, transitam pela construção de identidades coletivas ligadas ao projeto natureza/civilização até a inserção do capital econômico no país. Focaliza desde a natureza pitoresca, as experiências urbanas ligadas aos espaços de lazer e sociabilidade que se expandiam na cidade de Natal. Suas imagens percorrem dos espaços da natureza romantizada aos monumentos arquitetônicos e históricos, bem como as ruas e bairros que se formam, os caminhos que se abrem para as praias, as vias, os clubes, ginásios esportivos e etc. Registros que sugerem diversas espacialidades que com a inserção do capital se tornaram convidativas a novas práticas, entre elas o turismo, em seu momento de sistematização no país.

Esses registros fotográficos presenciaram o crescente processo de urbanização que ocorreu na capital que também se utilizou da imagem como meio de propagar e conferir visualidade aos feitos públicos no espaço urbano, principalmente após o pós-guerra. São imagens que entram em uma sociedade que procura sua conformação no processo capitalista. Ao mesmo tempo, encontram-se no rol mercadológico das novas atividades, passam pela ótica e aprovação comercial das editoras que se estabelecem. O objetivo da imagem é ser convidativa ao olhar e as expectativas construídas é a prática do turismo organizando-se, sendo ordenada socialmente (MARTINS, 2009).

A imagem fotográfica e as viagens acompanham todo um contexto de desenvolvimento econômico e urbano. Podemos observar pelas notícias de jornais do final da década de 1940, a necessidade de aumento dos números de voos para Natal. O que nos leva a crer no aumento da demanda das pessoas que iam e que vinham de Natal. Com a entrada e a saída de pessoas do município surge a necessidade de maior visualidade em torno das paisagens que constituem a cidade.

Imagens convidativas ao olhar do outro e que exaltasse as paisagens de Natal se fazia necessário e estratégico, até mesmo para moldar o olhar do residente que começa a vivenciar essa nova realidade. A realização do álbum de vistas da

Cidade de Natal é uma dessas iniciativas, que valoriza nas fotografias os aspectos urbanos: ruas, praças, prédios e monumentos exaltando o progresso da capital, ao mesmo tempo em que revela “prodigiosa natureza” da cidade (figura 19 e 20).

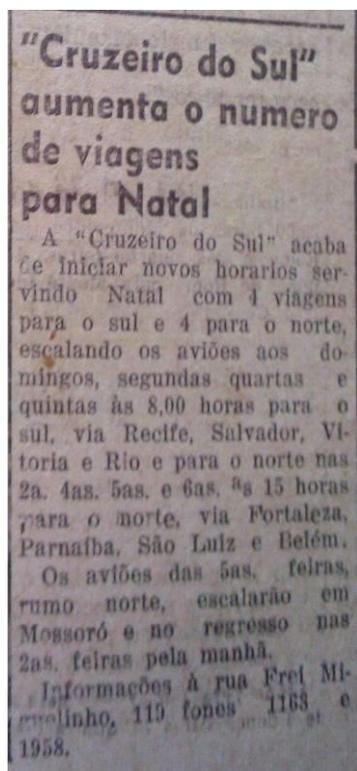


Figura 19: Fonte, Jornal A Republica, 09/07/1948

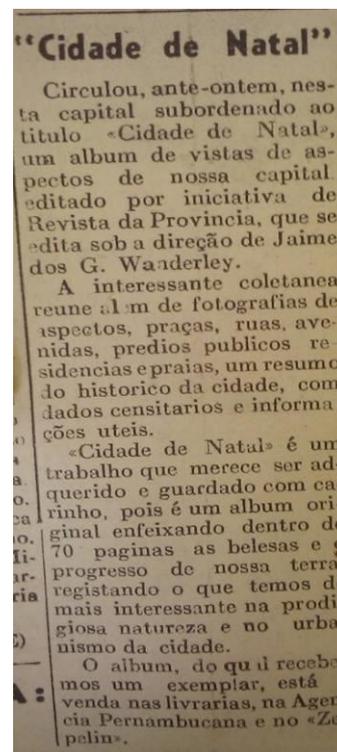


Figura 20: Fonte, Jornal de Natal, 02/10/1952

O período que vem logo após a Segunda Guerra dá a cidade novas paisagens e visualidades, marca o início de um mercado, mesmo que ainda tímido, de vistas da urbe destinadas ao turismo. O livro *História da cidade do Natal*, como já vimos é uma iniciativa que foi voltada – além de suas ideologias políticas – para apresentar a cidade aos visitantes. Ao passo que, esse é o mesmo período em que Jaci inicia a construção de sua trajetória como fotógrafo, inicia sua produção de registros de paisagens, envolvido em toda essa nova lógica mercadológica.

Em Natal o comércio de materiais ilustrados e cartões-postais estavam concentrados nas maiores livrarias da cidade, a Livraria Cosmopolita (sucessora de Fortunato Aranha) e a Moderna.⁶⁹ Locais, onde, ainda na década de 1940, Jaci começou a vender suas fotografias para serem editadas nos cartões- postais. Assim, as livrarias Cosmopolita e Moderna foram as primeiras a negociarem as vistas da

⁶⁹ A livraria Cosmopolita é destacada no Jornal como a maior livraria da cidade. Ver: promoção da Livraria Cosmopolita, fonte: Jornal A República, 25/09/1945.

cidade de Natal retradas por Jaeci. Os cartões-postais que temos conhecimento dessa época e do início dos anos de 1950 estão reunidos no terceiro maior acervo de coleções de postais do Brasil, que pertence ao médico José Valério Cavalcanti ⁷⁰. O fotógrafo não tem mais em mãos esses exemplares.

Na década de 1950, Jaeci fotografou espaços significativos da cidade de Natal, que se transformaram em cartões-postais, coloridos por meio de uma técnica artesanal. Empreendeu uma série desses cartões, pintados artesanalmente, que foram colocados no mercado pela gráfica Ambrosiana. Em meados da década de 1960, iniciou sua própria produção de cartões-postais com papel fotográfico. Referimo-nos a um tipo de postal que também foi muito difundido no Brasil, entre as décadas de 1950 a 1970 (VASQUEZ, 2002; DALTOZO 2006). Esses cartões-postais em papel fotográfico pertencem a uma das séries produzidas por Jaeci Galvão, que mais se encontram nos sites de colecionismo.

As décadas de 1960, 1970 e 1980, foram períodos nos quais Jaeci se dedicou a produção sistemática de fotografias para postais, contribuindo cada vez mais para a identidade que se construía em torno da cidade, para um mercado turístico. Ainda nesse tempo fez sucessivas séries de fotografias para cartões-postais e vendeu o direito de uso para as livrarias: Universitária e J. Pereira, tornando-as distribuidoras exclusivas de suas imagens que eram encaminhadas para as renomadas gráficas e editoras Ambrosiana e Mercator. Nesse ínterim, Jaeci também estabeleceu vendas diretas de fotografias de paisagens, de todo o estado, para as gráficas Ambrosiana e Paraná Cart.⁷¹

Jaeci Galvão não tem, atualmente, um acervo com todo o seu trabalho, muito do que produziu encontra-se com ex-clientes, em arquivos públicos como o Arquivo Sylvio Pedroza (ASP) ⁷², arquivos de revistas e jornais, clubes, Instituto

⁷⁰ A terceira maior coleção particular de cartões-postais do Brasil pertence ao médico aposentado José Valério Cavalcanti, residente em Natal. Começou em sua coleção em 1952 e hoje conta com mais de 160.000 postais, arquivados e catalogados de acordo com a localidade e a década de circulação. Informações retiradas do Jornal Tribuna do Norte, entrevista de João Maria Alves de 26/08/2007. A informação foi confirmada pela esposa de José Valério, Dona Magnólia, em depoimento dado em 17/05/12. O colecionador Esdras Rebouças Nobre, um dos grande colecionadores do Brasil relatado pelo livro Cartão-postal arte e magia, também confirma a extensão da coleção de José Valério, que só perde para a de Elísio Belchior em depoimento de 01/06/2012.

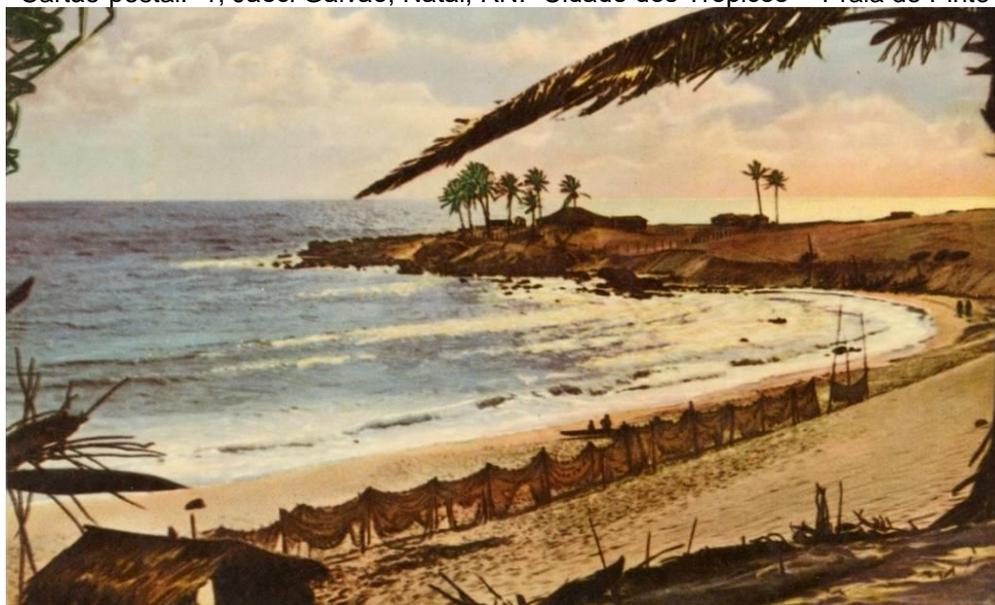
⁷¹ As informações sobre as relações estabelecidas entre livrarias e gráficas nos foram dadas por Jaeci Emerenciano Galvão Junior. Depoimento de 06/06/2012.

⁷² Em pesquisa recente Arthur Luis de Oliveira (2011), pelo Programa de Pós Graduação em História da UFRN, encontrou por meio de carimbos nos versos, assinaturas, logomarcas e marcas d'água um significativo número de fotografias de Jaeci Galvão no Arquivo Público Sylvio Pedroza, da Fundação José Augusto, em Natal, RN.

Histórico e Geográfico de Natal, em acervos particulares e entre os seus familiares. Para esse estudo utilizamos cartões-postais de acervos particulares, os acervos em questão são: do colecionador José Valério Cavalcanti⁷³ (somente a cópia frontal, o que não prejudica a entendimento proposto); do fotógrafo de cartões-postais e colecionador Esdras Rebouças Nobre (frente e verso); do colecionador de cartão-postal André Madureira (frente e verso) e do fotógrafo de cartão-postal e filho de Jaeci, Jaeci Emerenciano Galvão Junior (frente e verso).

Selecionamos as imagens e as classificamos em três grupos. O primeiro grupo, denominamos por “Cidade Tropical” por conter nos cartões-postais a valorização das representações da natureza que surge como um espaço para contemplação e sociabilidade. A natureza inserida na estética romântica. A contemplação está presente em diversos signos: na vegetação, nos coqueirais, no sol, na água e no céu, permitindo que a cidade de Natal entronize esse processo de “fetichização” em torno de sua natureza, acentuando cada vez mais a dicotomia entre homem/ natureza (cartão-postal 1).

Cartão-postal: 1, Jaeci Galvão, Natal, RN. “Cidade dos Trópicos” - Praia do Pinto



Final da década de 1940. Fonte: Acervo de José Valério Cavalcanti. Jaeci construiu essa série, sem intermediários, diretamente para a gráfica Ambrosiana. A série foi constituída por mais de 300 imagens.⁷⁴

⁷³ O acervo de José Valério é extenso e cercado de cuidados, só quem tem acesso é o próprio. Por problemas recentes de saúde, o colecionador está afastado de seu acervo e não conseguimos que os postais que foram copiados somente na frente, fossem selecionados novamente para a cópia do verso.

⁷⁴ A afirmação está baseada nas informações que se encontram nos versos dos postais.

O segundo grupo (cartão-postal 2) está ligado aos espaços da cidade urbanizados ou em processo de urbanização. As paisagens destacadas são as que foram transformadas e ordenadas pelo trabalho humano direcionados por um repertório de imagens cujos *tropos* procura fazer natural um ponto de vista particular, eurocêntrico. Entre esses elementos, destacaremos alguns fixos e a própria cultura presente no cotidiano da cidade. Destacaremos também a nova visualidade que se impõe pela vista aérea. A esse grupo nominamos de “Cidade Moderna”.

Cartão-postal: 2, Jaeci Galvão, Natal, RN. “Cidade Moderna” – O grande ponto



Grande Ponto⁷⁵, cruzamento da Avenida Rio Branco com a Rua João Pessoa, final da década de 1940. Local do encontro de Jovens e do comércio.

O terceiro grupo dos cartões-postais conecta as características anteriores, são fotografias em que, parte da dimensão do postal, mostra a natureza tropical e a outra parte os elementos urbanos dotados de infraestrutura para o turismo. Há uma analogia entre a natureza e a cultura, na cidade do Natal, mescladas em uma unicidade paisagística. Esse contexto visual, intercalado de várias camadas, chamaremos de “Cidade do Sol”. Visto que retratam as paisagens que auxiliaram na construção da visualidade turística da cidade potiguar (cartão-postal 3).

⁷⁵ O Grande Ponto, não existe em âmbito institucional, mas é como todas as pessoas da cidade se referem a esse espaço geográfico, que perdurou no imaginário coletivo desde a época em que ali havia uma casa comercial, de duas portas para a Avenida Rio Branco e três para a Rua João Pessoa, chamada de Grande Ponto. Em: Grande ponto: laboratório de criatividade, contos, poesias, ensaios, depoimentos, por Luís da Câmara Cascudo e outros. Natal: EDUFRRN, 1981. p. 9-11.

Cartão-postal: 3, Jaeci Galvão, Natal, RN. "A Cidade do Sol"



Ladeira do Sol e Ponta do Morcego. Destaque para a Vista das Praias Urbanas. Início da década de 1980.

5.2 "CIDADE TROPICAL"

Procuramos demonstrar nos capítulos anteriores, a construção da paisagem e as maneiras de desfrute que foram relacionadas aos seus espaços: a contemplação e a fruição da natureza em oposição à vida agitada que se inscrevia nas zonas urbanas. Com isso, o indivíduo busca a paisagem dita natural, a paisagem paradisíaca, as águas mornas, os coqueirais, dunas e todo prazer que essa cena é capaz de oferecer, ao corpo e aos sentidos. Uma percepção relacionada à concepção moderna da natureza, que remonta ao Renascimento, torna-se hegemônica no século XIX, autônoma. O humano que sente-se deslocado da natureza, busca experiênciá-la para se reconhecer como integrante dela. Apesar de relacionada a questões que germinaram na lógica renascentista, esse momento de contemplação da natureza apresenta um aspecto novo: o cotidiano. Nesse cenário o cotidiano, exaltado, sobretudo após a Segunda Guerra é majoritariamente negado.

A exaltação da natureza principalmente pelos habitantes dos países centrais da Europa é sempre destacada, enquanto ideologia de um mundo novo, tropical diversificado em suas belezas e formas. De todo modo, essas relações de representação serviam para fundamentar o conceito que o indivíduo europeu tinha de si próprio e do outro, com destaque ao espaço de natureza tropical e exótica: a civilização em oposição ao selvagem. E, também para fundamentar o utilitarismo em relação à natureza que estaria a serviço do progresso.

Os primeiros cartões-postais que encontramos de Jaeci Galvão expressam esse ideário. A natureza aparece no cerne da visão romântica, com uma espécie de veneração com relação aos elementos em evidência. As águas, a vegetação, os ventos, o sol, são tidos como expressões da criação divina que tocam a sensibilidade humana. Paisagens que induzem da solidão ao deleite estético.

Iniciaremos com a análise dos cartões-postais do referido autor com o atual ponto turístico conhecido como a Fortaleza dos Reis Magos (cartão-postal 4, 5 e 6), visto que é o lugar onde tudo começou, um marco onde foi consolidada a fundação da cidade de Natal. A construção representa também o domínio europeu sobre as terras brasileiras e a tentativa humana de superação das barreiras naturais. “A grandiosidade do indivíduo face à grandiosidade daquilo que parece ultrapassá-lo e exceder o seu entendimento, aquilo que de alguma forma, o contém” (NAXARA, 2004).

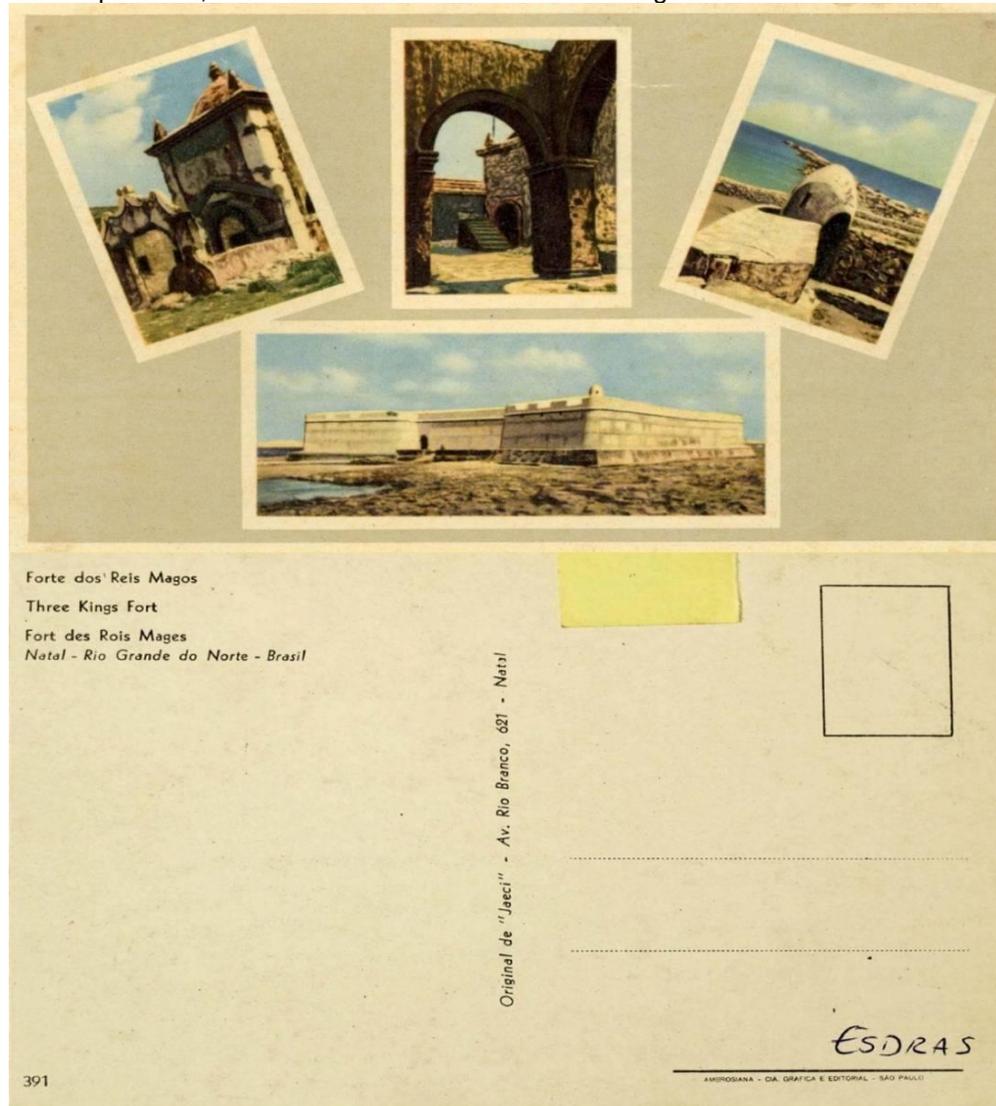
O cartão nº 4, que retrata a fortaleza tem seu processo de revelação acrescentado de uma técnica de colorização artesanal, que permitia ao fotógrafo revelar com cores a sua imagem, dando ênfase ou escondendo aspectos que considerasse ou não relevante. O espaço do cartão é preenchido com imagens fragmentadas em quatro diferentes espaços da fortaleza, trás acima da panorâmica que nos dá a visualidade de todo o monumento, os símbolos que estão contidos no interior da sua construção, que representam os valores e os signos pertencentes às relações sociais europeias, que nesse momento se impunham a outros espaços. Das diversas representações e signos de dominação que o forte contém, o autor destaca ao primeiro lance do olhar – vale ressaltar que é senso comum entre os profissionais da fotografia que o olhar que o expectador lança a imagem inicia-se da esquerda superior e percorre a imagem indo no sentido até a direita inferior, retornando ao centro da imagem – a capela, símbolo da fé cristã imposta a terra dominada. A maneira com que a imagem foi disposta cria um vai e vem no olhar que tem como ponto central a panorâmica da fortaleza, um olhar que se movimenta entre os fragmentos simbólicos do elemento e o todo que os contém.

Sobre a capela, a construção resistiu ao tempo, mas não resistiu às transformações humanas, destruída no início da década de 1960. Na fotografia seguinte, ao lado esquerdo da capela observamos a imagem em posição vertical, tendo em um primeiro plano as fortes paredes em forma de arco, com detalhes clássicos, adiante escadas dão acesso a uma guarida. Em formato de estrela, as

extremidades do polígono servem para acomodar as armas que foram utilizadas contra invasores. A fortaleza ganha centralidade na cena com sua construção imponente.

O fotógrafo ao captar para a imagem os símbolos das crenças e da força dos colonizadores, reproduz uma consciência hierárquica que já está formada no dia a dia, que mesmo implicitamente favorece a hegemonia de uns sobre outros. Uma forma de pensar colonizadora que ideologicamente ainda permeiam as estruturas práticas do cotidiano nas representações contemporâneas, principalmente na formação escolar.

Cartão-postal: 4, Jaeci Galvão. Fortaleza dos Reis Magos. Final da década de 1940



. Fonte, Acervo particular: Esdras Rebouças Nobre.

Paulatinamente a fortaleza vai sendo estruturada para atender outros tipos de dominações, às atreladas a um mercado econômico que inicia seu processo de valorização de paisagens para a oferta turística, situação que é internalizada pelo fotógrafo e auxilia na construção desse cenário turístico para a cidade de Natal. As fotografias de Jaeci Galvão não são imagens que inscrevem a história de um tempo passado, que marcam a resistência do velho frente ao novo, são imagens dinâmicas, que nos permitem mediar diferentes relações sociais. A própria fortaleza foi dotada de distintos sentidos desde a sua construção e nos cartões-postais, a escolha dos ângulos e dos símbolos constroem um elemento representativo da história local e do turismo. Não é a toa que o período da captação da imagem se aproxima das discussões no país que trazem à tona questões sobre o que deve ser ou não considerado patrimônio histórico e cultural. Em 1950, depois de vários momentos de abandono a fortaleza foi tombada pelo serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Nos diferentes sentidos que poderiam ter sido empregados ao monumento ele passa a ser apropriado como um objeto disposto à exposição.

Os cartões-postais nº 5 e nº 6, de décadas diferenciadas já nos impõe um olhar de apreciação, um olhar aéreo, um novo padrão de visualidade favorecido pelo desenvolvimento tecnológico, no qual a velocidade do transporte utilizado, a agilidade da técnica fotográfica e a possibilidade de redução da abertura do obturador para frações de segundos permitem que monumentos e grande parte do espaço que o circunda sejam apreendidos. A Fortaleza dos Reis Magos no quinto postal invade com suas pontas o primeiro plano da imagem e toma quase todo o espaço fotográfico subtraindo a natureza e revelando a força do trabalho humano, que o ergueu.

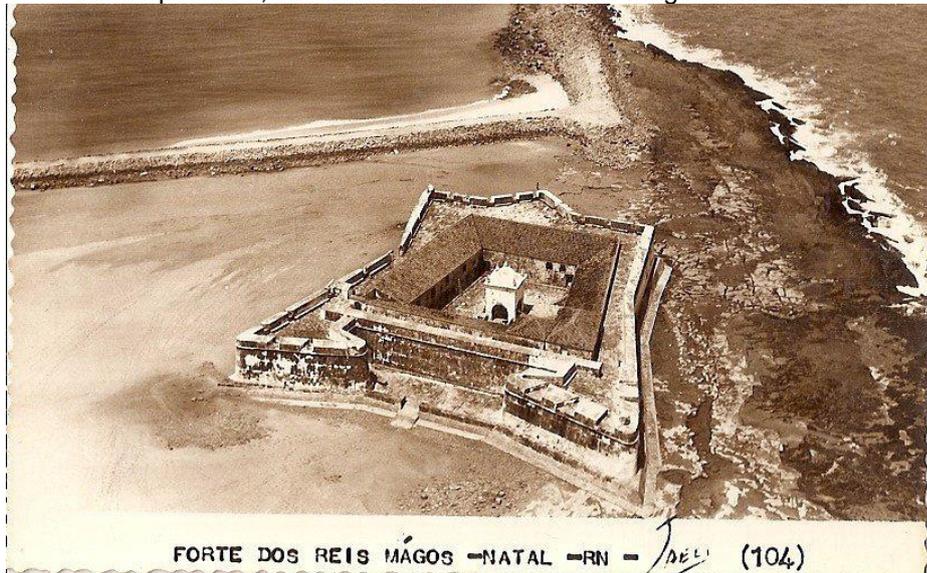
O 6º cartão, mesmo mantendo a posição central que o fotógrafo dá ao elemento, a imagem da fortaleza é dividida com a paisagem ao seu redor. Uma representação do majestoso colocado ao deleite do olhar, atendendo a uma nova ordem que começa a ser organizada. Não é mais, só a fortaleza como símbolo de conquista, mas toda a paisagem em que ela está inserida. O que trás à tona novos modos de apropriação do monumento e do espaço ao seu redor, por intermédio de novos sentidos e subjetividades construído nas relações culturais propiciadas pelo sistema capitalista. O que altera as representações sociais desse fixo, transformando-o em paisagem turística, naturalizando-o como um coadjuvante aos atrativos locais em viagens.

Cartão-postal: 5, Jaeci Galvão. Forte dos Reis Magos. Vista Aérea. Década entre 1940/1950.



Fonte: acervo particular de José Valério Cavalcanti.

Cartão-postal: 6, Jaeci Galvão. Forte dos Reis Magos. Vista Aérea.



Fonte: acervo particular de José Valério Cavalcanti. Pertence a série de cartões que Jaeci produziu com papel fotográfico entre 1960 e 1970.

A idealização sobre os trópicos amalgamam-se sobre as categorias espaciais, culturais e sociológicas. Tanto é que Levi Strauss, ao refletir acerca dos trópicos em sua obra, *Tristes Trópicos*, estabelece uma construção ideológica desses espaços, que legitimam-se por intermédio de uma série de ideias, construídas no período das grandes navegações. Espaços abertos a toda uma série de imposições que confere visualidade a natureza, como exótica. Natureza pitoresca, que desde a Carta de Caminha povoa o imaginário europeu e torna-se cada vez mais popular entre os Séculos XVI e XIX, principalmente com a chancela dos relatos de viagens. Sobre essa construção identitária, Kossoy (2009, p. 74),

exprime que a civilização e a natureza foram construções que visavam à edificação de “uma nação civilizada européia” nos trópicos (cartão-postal 7,8 e 9).

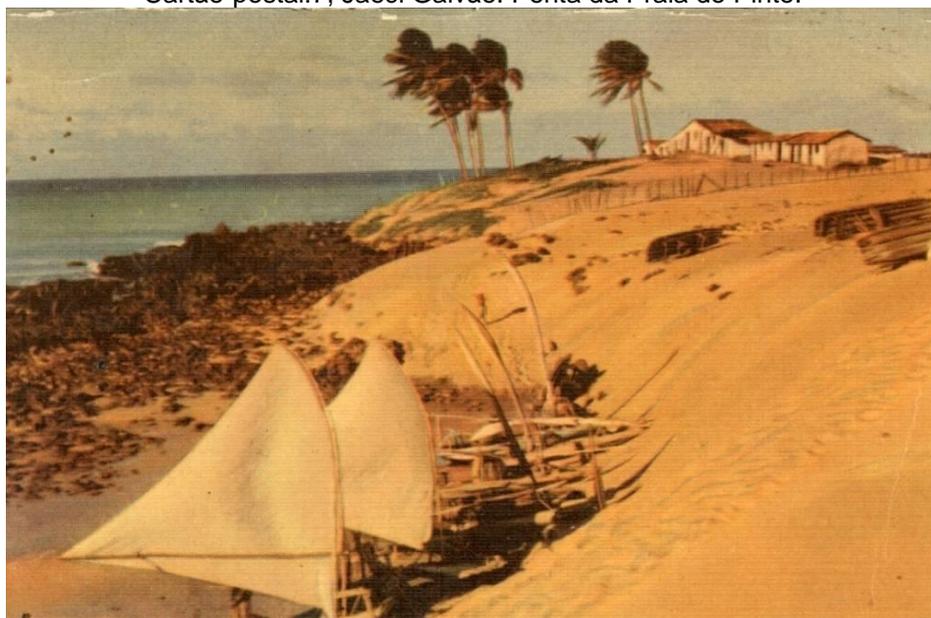
No 7º cartão-postal, a natureza é mostrada como paradisíaca. Todo o cenário reforça essa visão, de um éden perdido no tempo e no espaço, capaz de ser ofertado. A imagem é a oposição do mundo do trabalho, da sociedade industrial que nesse período se inscreve no Brasil com incentivos de políticas públicas. A dialética entre o trabalho e o lazer, pode ser observada com a oferta da paisagem que se justifica e se afirma como uma fuga, de maneira exótica e merecida do cotidiano de trabalho. Um não nega o outro, mas se correspondem na lógica capitalista que se impõe.

Adequando o conceito de anomia – que pode ser entendido com um tipo de patologia social, desequilíbrio, ausência de normas que interferem na harmonia social – do Durkheim a uma leitura de imagens, José Martins de Souza (2009), relata que a construção de imaginários, promovem uma ordenação social. Podemos pegar como exemplo os cenários das fotografias de Jaeci, que mesmo que mostrem cenários alheios ao cotidiano, revestem de sentido os espaços, com os sentidos que têm e não têm, organizando uma ordem, dando uma classificação social aos usos e práticas espaciais que padronizam-se. Veja, que a paisagem desse 7º postal, não é para uma vivência diária do homem trabalhador, metropolitano, moderno, o local desse homem é na cidade, assim ordenada os espaços de lazer e de trabalho. A praia serve aos homens inseridos na sociedade capitalista como um espaço de recompensa, de usufruto, de jogos de lazer, um lugar onde tudo pode ser permitido, um ambiente que tudo oferece como o imaginário construído em torno do paraíso. Para o homem citadino, há sempre a necessidade do eterno retorno, ao seu mundo, a sua realidade social, como se existissem dois mundos desconectados.

O cartão-postal revela um espaço bucólico, que em primeiro plano trás a jangada como símbolo do trabalho artesanal, do homem rústico e pescador, homem que mesmo ausente da cena, nos indica que está lá por intermédio das suas ferramentas, homem no seu estado de natureza onde tudo se concilia e se compensa em contraste ao ideário que se tem no momento do homem dito civilizado, já que este ser civilizado opõe-se a natureza tentando domá-la e racionaliza-la nos diferentes espaços, inclusive, domá-la em si mesmo a fim de se inserir em um contexto civilizacional. Nos últimos planos da cena a casa nos dá a ideia do um repouso. A hospitalidade dos brasileiros pode se fazer presente no

contexto do lar. O postal é um convite para “o outro” não pertencente ao espaço oferecido, vir mergulhar nessa paisagem exótica tropical de vários tons terrosos, verdes e azuis. Componentes visuais que tornam-se verdadeiras ilustrações artísticas pelas cores e pela estética que ganham. Toda uma maquiagem agregada à credibilidade documental da fotografia (KOSSOY, 2009).

Cartão-postal:7, Jaeci Galvão. Ponta da Praia do Pinto.



Final da década de 1940. Fonte, acervo particular: José Valério Cavalcanti. Série Ambrosiana

No 8º cartão-postal, pertencente à década de 1950, a panorâmica da Praia de Ponta Negra, revela às vistas um grande morro de areia, conhecido como o Morro do Careca, atualmente uma das mais importantes paisagens turísticas da cidade, uma dos símbolos que representam a capital. No contexto em que foi capturada a imagem, Ponta Negra não era um espaço “oficializado” para o lazer, encontrava-se longe do centro da cidade, do comércio e não despertava o interesse de empresários locais. Como nesse período o discurso que envolvia o turismo, como já vimos, legitimava-se como propiciador de um progresso econômico e social, antes, a paisagem captada constituía-se em um *devir* turístico promissor.

Percebe-se na panorâmica, mesmo que minimamente, indícios de uma organização que poderíamos classificar como inseridas em uma dinâmica urbana, algumas casas já estão estruturadas e quase escapa da cena um poste elétrico. Mas o primeiro plano, o plano central e o plano de fundo são caracterizados pela exuberância da natureza. A perspectiva na linha da cerca, além de recortar e delimitar as fronteiras entre os espaços de trabalho/lazer dá a sensação de uma

profundidade que reparte todo o cenário da praia que estaria liberado ao lazer. Há toda uma espacialidade nesse imaginário, com suas hierarquias delimitando as espacialidades (MARTINS, 2009).

Cartão-postal: 8 Jaeci Galvão. Paisagem da Praia de Ponta Negra, com o Morro do Careca



Década de 1950. Fonte: acervo particular de José Valério Cavalcanti.

O 9º cartão-postal é uma imagem panorâmica da Praia do Meio. Os elementos escolhidos para comporem a fotografia minimizam o sujeito e suas construções diante das simbologias que lhes são dadas. De uma forma geral, observamos pouca importância à presença humana nas imagens. Não observamos pessoas em primeiro plano, somente diluídas ao fundo da representação. Vale lembrar com Schama (1996), que o que vemos e que agrada ao olhar é uma construção cultural. Assim enxergamos (biológico) aspectos físicos e geológicos, mas vemos (cultural) uma paisagem que nos remete simbolicamente a uma natureza divinizada, dotada de valores estéticos e de regras para praticá-la no qual as pessoas afastadas, propositadamente, possivelmente foram retiradas da cena, para ser apresentada uma ordem dentro da mais perfeita “assepsia”.

O farol da Mãe Luíza no centro da fotografia, acima do horizonte, praticamente divide a terra e o mar. O lúdico constrói-se pela brincadeira, talvez de um garoto, com a popular – em diversas culturas – pipa de papel. Corpos, quase imperceptíveis, passeiam na beira da praia, um grupo de casas sugere uma convivência harmoniosa, mesmo nessa zona rochosa. Uma imagem que sana as angústias do fotógrafo, porque na contemplação da paisagem ele consegue captar o

que pode ser revelado, para coadunar-se aos seus interesses. A perspectiva dada pelo fotógrafo é primordial, pois ela é que direciona o que será revelado e o que foi escondido dando feições a determinados teores imagéticos e culturais que através dessa análise nos dá a ver a imagem não como um dado em si, como um espaço captado da realidade, mas, sim como um filtro subordinado a diferentes lógicas.

Cartão-postal: 9, Jaeci Galvão. Paisagem da Praia do Meio com o Farol da Mãe Luiza



Década de 1950. Acervo particular de José Valério Cavalcanti.

Seguimos com o 10º cartão-postal, onde a palmeira justifica os trópicos. Apresenta-se como um signo especial em praticamente todas as caracterizações entrelaçadas à construção do imaginário do espaço tropical edênico e paradisíaco. “Andamos por aí vendo a ribeira, a qual é de muita água e muito boa. Ao longo dela há muitas palmas, não muito altas, em que há muito bons palmitos” (Carta de Pero Vaz de Caminha). Desde o renascimento a natureza dita pitoresca é utilizada como um dos símbolos de representação das paisagens locais. Mais além, a “intenção de se buscar outros componentes simbólicos representativos do nacional brasileiro ocorre de diferentes formas, como por exemplo, através das enormes palmeiras” (KOSSOY, 2009, p. 100). O paisagismo do Jardim Botânico, uma representação do domínio da natureza pela técnica, no Rio de Janeiro, conferiu mais dimensão a esse signo espacial, político e social, imersos nas relações de poder direcionadas às construções de símbolos para a formação de uma nacionalidade brasileira à europeia. Assim como a capital do país tinha seu jardim público organizado e concatenado ideologias centrais, Natal também almeja inserir-se nessa ordem e constrói sua representação com o Antigo Horto Municipal do Passo da Pátria

(cartão-postal 10). Nesse cartão, o local repercute a lógica do nacional, construído e moldado com as ideologias dominantes. A perspectiva dada pelas linhas verticais dos coqueirais que tomam o primeiro plano da foto, e pelas linhas retas nos dá a profundidade de campo do passeio, uma exaltação da natureza, contudo, uma natureza domada, organizada, civilizada que segue um padrão pré-estabelecido de ordem. Os indivíduos locais, mais uma vez aparecem diminutos na cena, quase imperceptíveis diante dos símbolos hegemônicos que se erguem e padronizam os espaços. O objetivo maior é revelar os espaços capazes de corresponder as expectativas culturais externas.

Cartão-postal: 7, Jaeci Galvão, Natal - RN. Antigo Horto Municipal do Passo da Pátria



Inaugurado em, 1946. Década entre 1950/60. Fonte: Acervo de José Valério Cavalcanti.

De acordo com, Mafessoli “não é a imagem que produz o imaginário, mas ao contrário. A existência de um imaginário determina a existência de um conjunto de imagens. A imagem não é suporte, mas resultado” (*apud* GASTAL, 2005). Resultado de uma hegemonização de poderes, que nos chegam por meio de símbolos que acabam por determinar como singular a vegetação de um espaço plural. A imagem do cartão-postal 11, tem o primeiro plano dado pelos coqueirais, símbolo da vegetação tropical, seguido de um amplo espaço de beira-mar, com morros de areia e o mar. Um mar calmo em toda a sua horizontalidade que convida ao mergulho. Elementos que corroboram para a criação, identificação e propagação de uma “versão” de identidade turística, bem como para a perpetuação de estereótipos e imagens mestres que definem a “autenticidade” do lugar. As representações contraditórias ou ambivalentes, criadas pela atividade turística, com

base em símbolos e fantasias, originam, na maioria das vezes de uma ideologia assimilada pela coletividade. Ideologia que transforma a imagem em representação do que se crê como autêntico.

A ideologia turística presente nesse imaginário afasta-se das imagens cotidianas em prol de um espaço paradisíaco, exótico e diferente do espaço rotineiro. Em termos simbólicos, o que chama a atenção, na imagem é a alegoria que ilustra um paraíso escondido pela vegetação tropical, apontando para um horizonte dunar, uma paisagem plena de coqueirais – nos parece querer representar o próprio paraíso perdido, longe da civilização. Construções que ao mesmo tempo em que revelam o espaço propício ao descanso do indivíduo, por todos os seus aspectos naturais, um espaço quase primitivo para a convivência do ser, nos faz lembrar que essa é uma fuga possível em momentos de afastamento da rotina do trabalho, imposta por padrões civilizacionais. É a construção do ausente por intermédio do que está presente. Na presença desse espaço utópico a ausência do cotidiano, das ruas, das fábricas, do trabalho e da racionalidade hierarquizada pela ordem burguesa é lembrada.



Destaque para os coqueirais. Década de 1960. Fonte: Acervo de Esdras Rebouças Nobre.

O período em que circularam os cartões-postais e a divisão que fizemos não marca o fim de uma categoria e nem o início de outra. Ao contrário, essas ideologias e símbolos que se encontram nas diferentes categorias plasmam-se de acordo com a absorção das ideologias que envolvem a atividade turística na cidade. A representação da cidade de Natal nos cartões-postais de Jaeci une-se em um

convite ao turismo contemplativo, à imersão em um paraíso terrestre e tropical, praticamente desabitado, com o mínimo de intervenção humana.

O cartão-postal 12, já claramente imerso em um mercado de imagens turísticas, como pode-se observar pelo verso do cartão: “Brasil Turístico”, pertence a um conjunto de imagens de diversas praias que buscam revelar as nuances dos espaço propícios para a atividade. O espaço recortado pelo olhar do fotógrafo nos insere em uma panorâmica idílica do que parece “quase” ser uma ilha, um tempo praticamente parado entre os diferentes tons de azul e verde, dados principalmente no plano de fundo em linhas tênues que separam o mar do céu. A fotografia mergulha o nosso olhar nas diferentes texturas da natureza.

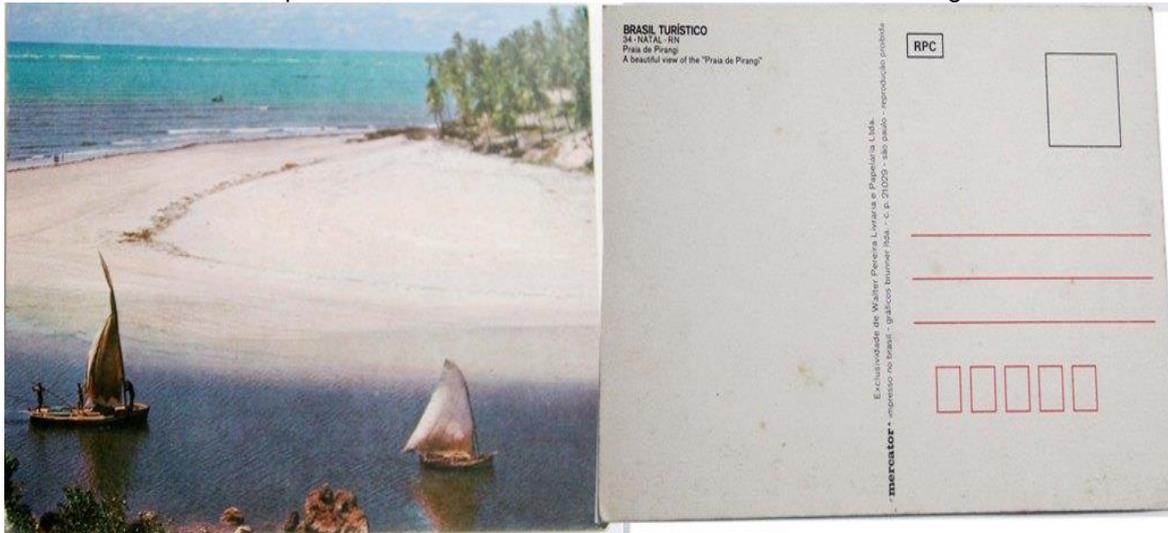
O tipo de presença humana que aparece logo nos planos frontais é a do pescador, um trabalho ainda artesanal juntamente com a jangada, também construída artesanalmente, uma visão romântica do espaço que é dada à visualidade no qual tudo parece se guiar por uma ordem determinante da natureza. Os atores são apresentados no cenário em meio ao plano picado (fotografia de cima para baixo), o que os torna ainda menores em relação à dimensão da natureza exposta, fazendo deles um objeto levado por uma espécie de determinismo impossível de ultrapassar, praticamente como brinquedos do destino. Um jogo imagético que parece determinar o sujeito local como um ser imóvel no campo, mas que ilusoriamente oferece aos expectadores uma posição superior na estrutura social, visto que observam a cena de cima, como aptos a mergulhar no espaço e se retirar dele ao *bel* prazer.

Vale ainda destacar que há uma classificação na imagem que organiza o indivíduo local (o imerso na cena) e o indivíduo expectador (o fora da cena). Esse sujeito imerso na cena tropical estaria localizado em um momento inicial do desenvolvimento, do progresso, da “civilização”, pois, não teria a “cultura” ou formação capazes de transformar o mundo natural a sua volta. Utilizam-se de materiais rústicos, retirados diretamente da natureza, sendo esse sujeito entendido como incapaz de transformar a natureza ao seu redor. Uma caracterização que cria estereótipos e hierarquias em relação ao outro.

Em suma, os turistas, os colecionadores e os próprios residentes enquanto expectadores internalizam a lógica imagética que lhes é inculcada, um padrão externo e ideológico do que deve ser visto ao se mirar a “*beautiful view of the Praia de Pirangi*”.

Sobre a construção do espaço turístico, como espaço oposto ao cotidiano do trabalho, esse deve oferecer aos que vão vislumbrá-la e possivelmente vivenciá-la a liberdade plena, que deve transparecer na representação espacial, pois logo parte-se, logo vai-se, logo abandona-se a imagem e a memória que esta imprime, pela mobilidade que o turista tem.

Cartão-postal: 12: Jaeci Galvão. Brasil Turístico. Praia de Pirangi.



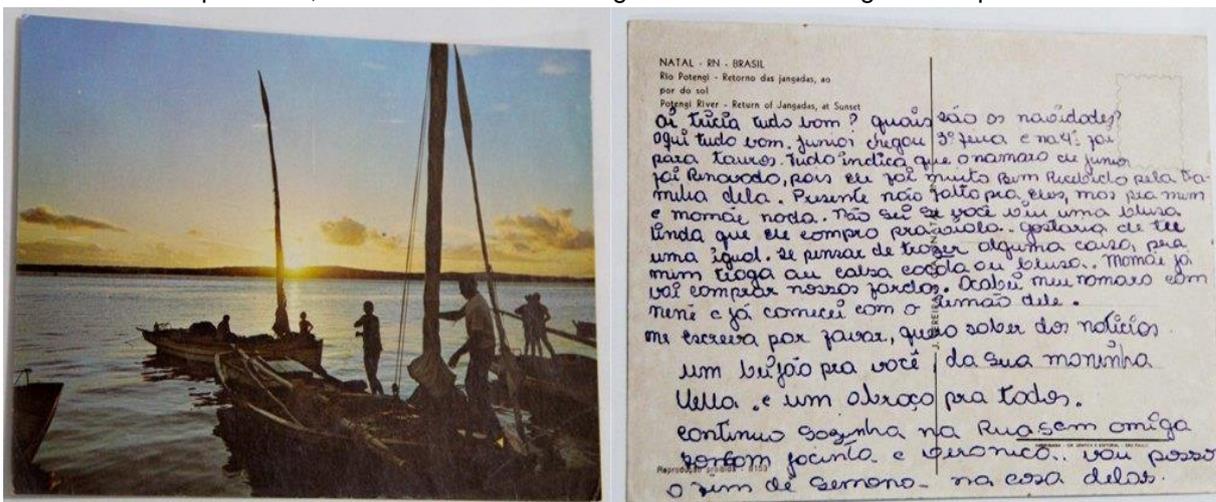
A beautiful view of the "Praia de Pirangi". Exclusividade de Walter Pereira Livraria e Papelaria. Gráfica Mercator. Final da década de 1960. Fonte: Acervo de Jaeci Junior.

O 13º cartão-postal, com a imagem captada e colocada em circulação no final da década de 1970, tem como espaço explorado o Rio Pirangi em um período de grandes transformações sociais, políticas e tecnológicas, período em que as construções humanas, inclusive, ameaçam a sobrevivência da própria espécie. Nesse contexto mundial turbulento o fotógrafo capta um recorte, um fragmento de paisagem harmônico, com relações de troca ainda tradicionais, vinculadas a uma economia de subsistência, um tipo de vivência possibilitada longe do cotidiano agitado, dos desenvolvimentos tecnológicos, das questões políticas mundiais e da reunião das grandes massas. Uma imagem que parece distante e alheia às relações desenvolvidas na própria capital, que exclui da cena a resistência e as relações de poder necessárias para esses indivíduos conseguirem manter esse tipo de vínculo.

A natureza é a grande "vedete" nesse quadro ideológico e comercial, afinal, uma cidade que começa suas construções para ser um paraíso turístico deve ter requisitos naturais para satisfazer os desejos de quem pode pagar para vivenciá-la. Contudo, a imagem do rio não se apresenta como um espaço para mergulho e

deleite como a praia, tanto que o entorno é retirado do cenário, mas como uma paisagem que tenta indicar as relações indivíduo/natureza estabelecidas nesse espaço. Um indivíduo ainda em estágio de civilização que o permite estar vinculado e determinado por sua paisagem. Um ambiente estranho ao olhar do homem citadino, que funciona como uma decoração exótica, no qual a dramaticidade da imagem está na intenção do profissional que escolhe a técnica de contra-luz a fim de valorizar o espetáculo do crepúsculo, destacando em sombras as linhas da jangada e a silhueta dos pescadores retirando-se do trabalho. Para os expectadores é uma viagem para fora do cotidiano, distante da precisão do relógio, longe o suficiente do seu ambiente real. O rio, nesse aspecto, aparece, não como um lugar de uso para os turistas, porém como um ambiente que reforça as imagens que privilegiam a natureza como um espaço paradisíaco e farto, uma paisagem para ser apreciada, servindo como um acessório das paisagens locais.

Cartão-postal: 9, Jaeci Galvão. Rio Potengi – Retorno das Jangadas ao por do sol.



Exclusivo de J. Pereira & CIA, gráfica Ambrosiana. Década de 1960. Fonte Acervo de Jaeci Junior.

A tradução das imagens discorre por vias de representações, o próprio fotógrafo, recortado por seus filtros culturais não fotografa o que vê, mas sim vê o que fotografa a partir de categorias de representação, de concepções, de um estilo de representação. Os modelos de representação expostos atendem a uma demanda de paisagem turística, comercializável, buscam nos espaços o que pode fazer parte do que é considerado pitoresco, do que foi construído no imaginário, principalmente, europeu sobre as paisagens dos trópicos e das relações dos indivíduos locais com esses espaços. Os indivíduos mesmo na maioria das imagens estando ausentes

deixam rastros da sua presença nas suas construções expostas na cena. Essas representações identificam, em sua maioria, os sujeitos locais, como representações do outro, ligado às concepções de “selvagem” e “primitivo”, ou seja, o oposto do homem civilizado. Imagens que solidificam e fazem a releitura de diferentes estereótipos reafirmando-os.

5.3 “CIDADE MODERNA”

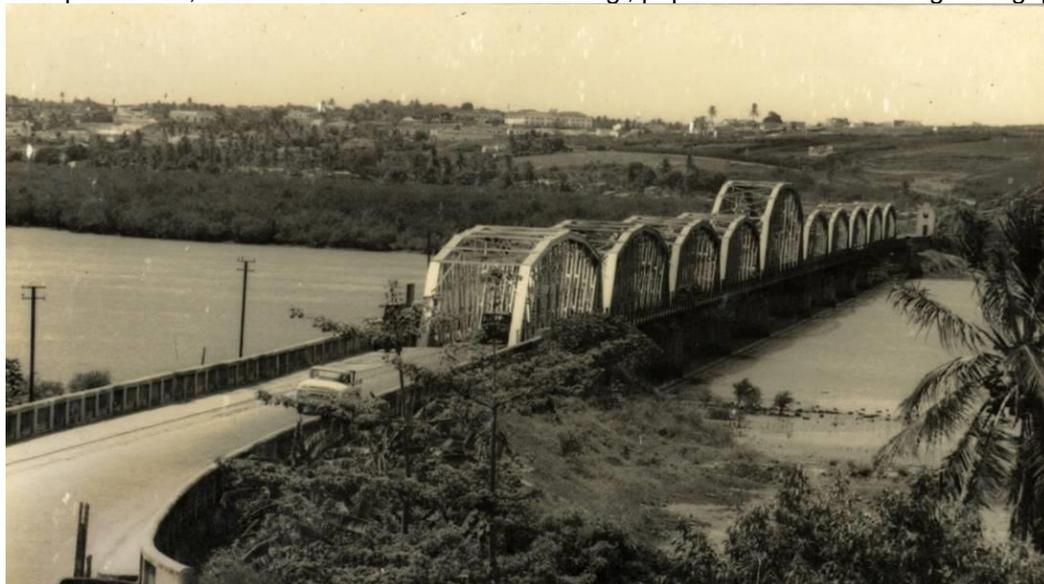
À concepção de progresso está intimamente relacionada à ideia de modernidade, conceito que tem como base a existência de uma natureza econômica e social onde a civilização busca desenvolver-se por intermédio de uma produção crescente. Noção analógica ao desenvolvimento científico, econômico e social, com o qual o progresso técnico liga-se ao progresso humano. Cenário que contou com os anseios das elites, que tinham acesso a diferentes formas de visualidades do espaço europeu, que podiam viajar e que almejavam viver e sentir o esplendor do progresso em suas terras. O desejo desses grupos influenciou na condução de muitas cidades rumo ao que entendiam como um aprimoramento cultural e urbano. Em Natal, juntamente aos ideais das elites locais, grande parte das transformações socioespaciais foram fortemente influenciadas pela ocupação militar (SMITH JUNIOR, 1992; LOPES JUNIOR, 2000). E, o grupo dos cartões-postais “Cidade Moderna” está inserido nesse conceito, em que partes da cidade, são ordenadas intensamente pelo trabalho humano voltado para produção em massa, com influência das elites locais, da apropriação da cidade pelos militares, pela cultura do funcionalismo público e principalmente pela intervenção estatal, que fornecem as bases necessárias para um posterior desenvolvimento turístico.

Nessas intervenções a configuração do espaço urbano é decisiva para a atividade turística que se formará, tanto pelas construções que permeiam no centro econômico da capital, quanto pelas construções alicerçadas em moradias populares na zona norte da cidade. Isso porque os principais construtores da cidade nesse período estabeleceram relações de protecionismo, estreitamente vinculados ao poder público, que os fortaleceram no campo social permitindo mais tarde que eles se tornassem os principais hoteleiros, empresários do setor imobiliário e agentes de viagens da capital (LOPES JÚNIOR, 2000; FONSECA, 2005).

Os conjuntos habitacionais apoiados pelos programas governamentais acelerou o processo de habitação das áreas periférica e de segregação social, entre elas o da zona norte, situada após o rio Potengi, que foi ocupada principalmente por antigos moradores de favelas e pelo proletariado local, transformando-se na cidade do “outro lado do rio”, um espaço para além dos turistas e das praias, reduto de “trabalhadores mal-pagos” (LOPES JÚNIOR, 2000, p. 42). No discurso da elite local a expansão urbana, junto com seus equipamentos era fundamental para colocar a cidade “nos trilhos do progresso”.

Na imagem do cartão-postal nº 14, vemos um equipamento urbano fundamental na ligação/separação entre esses dois espaços da cidade, estratégico para as relações de produção: A ponte metálica sobre o estuário do rio Potengi em Igapó, construída pelos ingleses e inaugurada em abril de 1916, foi uma das três primeiras pontes brasileiras a serem erguidas. Construída para comportar a linha férrea com o transporte de cargas e de pessoas, foi tombada pelo patrimônio histórico estadual, publicado no Diário Oficial em 30/07/1992, se tornou “sem serventia” e suporta além, “dos açoites tempo” o descaso do poder público. A imagem fotográfica que o cartão-posta suporta é da década de 1950 e dá a ver as estruturas da ponte em curvas metálicas. Um monumento de metal e concreto, símbolo da técnica, da razão ordenadora e do domínio humano sobre a natureza, dialeticamente atua como um elo e como um símbolo de segregação. Demarca as diferentes posições, classificando o que está e os que estão antes e após o rio. A imagem revela em seu plano frontal o automóvel e a estrada, ferramentas que fomentam várias transformações subjetivas e objetivas em âmbito social, ligados a ideologias de deslocamento, velocidade, produção e progresso. A ponte liga e separa os dois mundos, aliada ao vai e vem dos carros. Três automóveis estão legíveis na imagem, dois direcionam-se ao espaço praticamente desabitado de tecnologia e progresso, um carro retorna desse espaço. À frente o progresso ao fundo o “atrasado”, intencional ou não a divisa feita pelo rio e seu fixo é clara.

Cartão-postal: 14, Jaeci Galvão. Ponte do Rio Potengi, popularmente como antiga de Igapó.



Final da década de 1950. Fonte, acervo particular: José Valério Cavalcanti. Série Ambrosiana.

O 15º cartão-postal da década de 1950, com a paisagem conhecida por Baldo é um exemplo da natureza encoberta por diversas intervenções humanas. O “Baldo” é segundo Cascudo (1980), uma antiga zona alagada de um riacho, de mangues e pântanos, onde foi instalada uma fonte que durante muito tempo serviu para o abastecimento de água da população. Com o crescimento urbano e a necessidade de modernizar a cidade, segundo padrões vigentes, o local foi sendo descaracterizado. Geograficamente é uma parte baixa próximo ao centro da cidade na confluência entre os bairros do Alecrim e a Avenida Rio Branco no bairro da Cidade Alta.

As questões de embelezamento e de estética sobressaíram-se no espaço e relegaram a natureza em prol das reformas urbanas modernas. A imagem colorida por meio das técnicas possibilitadas na época impõe uma estética atraente ao local. No primeiro plano, a novidade que é o asfalto é valorizada, visto que a capital teria somente as vias principais asfaltadas. O calçamento, a Praça Almirante Tamandaré, o embelezamento, o poste de luz elétrica, os carros atravessando a rua larga, são os sinais do progresso. No entanto, contraditoriamente, de *punctum* a imagem nos revela o que conscientemente se quer ocultar: o início da Av. Rio Branco, localizada próximo ao ponto imaginário superior esquerdo da linha dos terços, pela coloração destaca um espaço ainda sem asfalto. E, algumas práticas resistem na imagem, os burros carregando pessoas e bolsas de águas para uso doméstico. Essa prática, ainda era comum mesmo com as teias do progresso penetrando os espaços.

Cartão-postal: 15, Jaeci Galvão. O Riacho do Baldo.



Década de 1950. Fonte, acervo particular: José Valério Cavalcanti. Série Ambrosiana.

Abaixo o cartão-postal nº16 da Praça Pio X, construída no terreno onde o Padre João Maria Cavalcante de Brito iniciou a construção de uma catedral, onde hoje localiza-se a Catedral Metropolitana de Natal, no coração da cidade. Em primeiro plano o destaque para o cimento e o concreto que molduram a praça e espalham-se na capital, plano que também destaca o poste elétrico, um elemento chave na modernização de Natal. Visto que a iluminação pública elétrica é um símbolo de superação e inserção do progresso, já que os serviços de energia durante a primeira metade do século XX, foram restritos e passaram por grandes dificuldades, por marchas e contramarchas durante a sua consecução, principalmente o processo de instalação e manutenção da base material. O poste aponta para fora do seu espaço chamando atenção para as ruas asfaltadas e com discreto movimento de automóveis de uso coletivo, estabelecendo relação com as transformações no espaço urbano da cidade, nem sempre em sintonia com a realidade local.

A imagem esta levemente inclinada para o lado direito, o poste elétrico que recorta a imagem não evidencia a divisão do espaço, ao contrário, o objeto que ameniza a escuridão oferecendo através do engenho humano a luz, simboliza nesse cartão uma integração dos equipamentos urbanos. A estética alinhada, geometrizada e ordenada em acordo com uma lógica transplantada, afasta os transeuntes no horário diurno, visto que a temperatura local é elevada e não

percebemos ao redor e nem no meio da praça árvores para amenizar a temperatura e permitir a sociabilidade que o espaço subentende.

Cartão-postal: 16, Jaeci Galvão. Praça Pio X. Avenida Deodoro entre Ruas Açú e Jundiáí.



Década de 1940. Foi demolida em meados de 1950. Um espaço para eventos e discursos.

No cartão-postal nº17, a panorâmica aérea, que Jaeci Galvão é o percussor local, permite o distanciamento que revela a cidade em sua totalidade e põe visível um espaço possuído e controlado em suas estruturas. Tecnologia que apreende os espaços da cidade congelando-os e delimitando-os, permitindo assim que sejam mostrados em seu todo ao espectador.

O foco central desponta com o Grande Ponto de dentro para fora em uma visualidade ampla, um dar a ver as paralelas que cruzam a cidade como elemento de percepção que não se encerra em si mesmo. O ponto no centro da foto, nesse período era a artéria da cidade, um espaço subjetivo que existe para a população local enquanto espaço imaginário, localizado na Avenida Rio Branco - com seu calçamento de paralelepípedo – próximo ao mercado público (hoje Banco do Brasil), cinema Rex e ao comércio de cigareiras que ficou conhecido por Zepelin, recortado pela Rua João Pessoa. A Vista área da Cidade Alta, ponto máximo da economia da cidade, do movimento, do comércio é abarcada em seu conjunto.

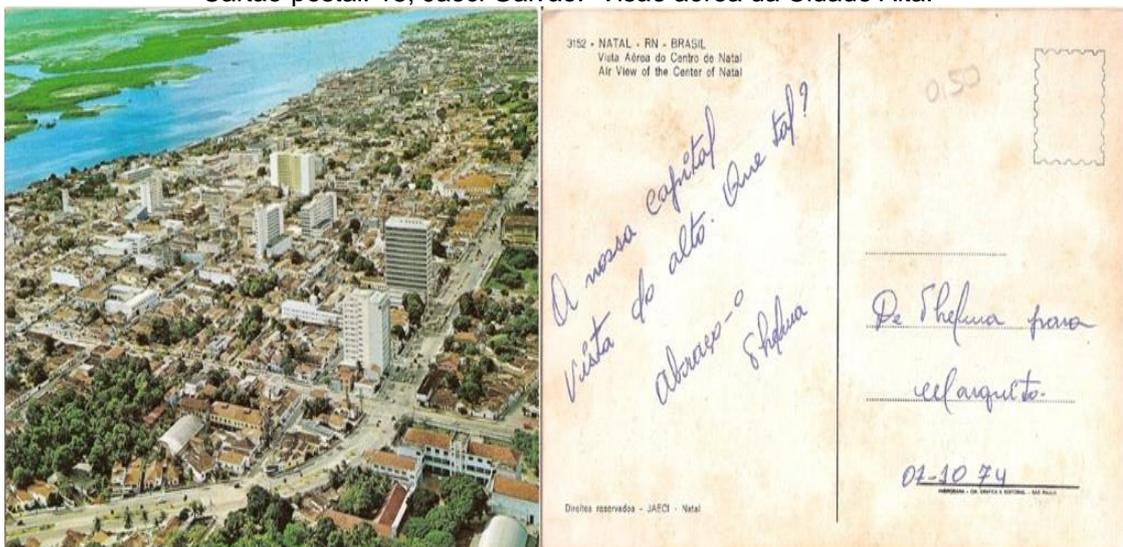
Cartão-postal 17: Jaeci Galvão. Vista aérea da Cidade Alta.



Final da década de 1950. Fonte: acervo particular do José Valério Cavalcanti. Série Ambrosiana

O cartão-postal nº 18, destaca a visão aérea do centro de Natal, mais precisamente o Bairro da Cidade Alta, separada do Bairro do Tirol pela Avenida Deodoro da Fonseca. A vista aérea possibilita ao olhar humano captar o que num simples vagar não somos mais capazes de apreender, os espaços da cidade em sua totalidade. É um posicionamento superior ao visualizar a cidade, um domínio e controle do todo. Esse tipo de olhar David Harvey (1992), chamou de visão de Deus sobre a cidade, um olhar de cima, divino, um olhar sem corpos humanos. É o panorama que para Certeau (2005) é a cidade: uma espécie de simulação visual, como podemos observar no postal que nos oferece mediante a vista aérea o conjunto da cidade como uma unidade, não como um conjunto de particularidades, modo de ver que favorece o camuflar das realidades. Para o referido autor, só o caminhar nos permite vivenciar, espacializar e significar os lugares. Com os panoramas, incorporamos as paisagens urbanas na sua máxima representação de totalidade.

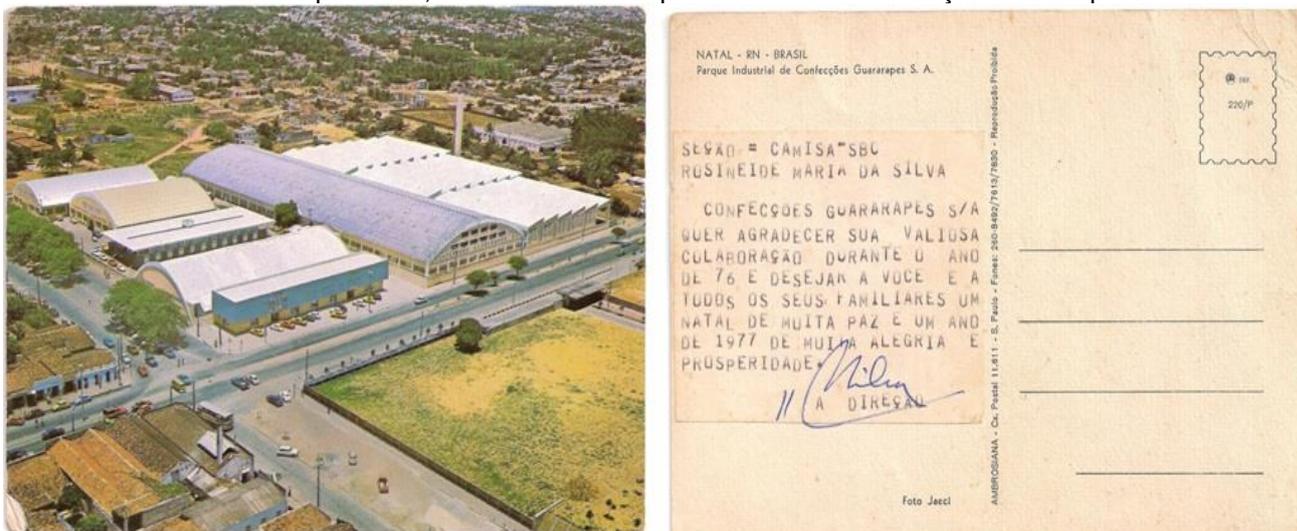
Cartão-postal: 18, Jaeci Galvão. Visão aérea da Cidade Alta.



Com destaque para a Avenida Deodoro da Fonseca, do lado esquerdo; bairro do Tirol. Série de Jaeci para Ambrosiana.

No cartão-postal nº 19 - da Ambrosiana Editorial, exclusividade em Natal de J. Pereira & Cia - a panorâmica em plano geral do ambiente expõe a Avenida Deodoro da Fonseca, uma das principais vias situada no polo econômico da capital. Essa e exposta em uma associação de significados constituindo uma narrativa que coloca em primeiro plano o urbano, com os carros e dando ênfase a avenida. O urbano se sobressai nas dimensões do postal, o pouco de vegetação aparece de forma de linear, domada e ordenada nos canteiros centrais. A imagem saturada destaca o prédio em cor de rosa, que era o espaço do antigo cinema Rio Grande. A direita estão os prédios da Secretária de Saúde Pública-SESAP ao fundo e, na frente o primeiro condomínio residencial (vertical) de Natal, edifício Salmar, inaugurado em 1969.

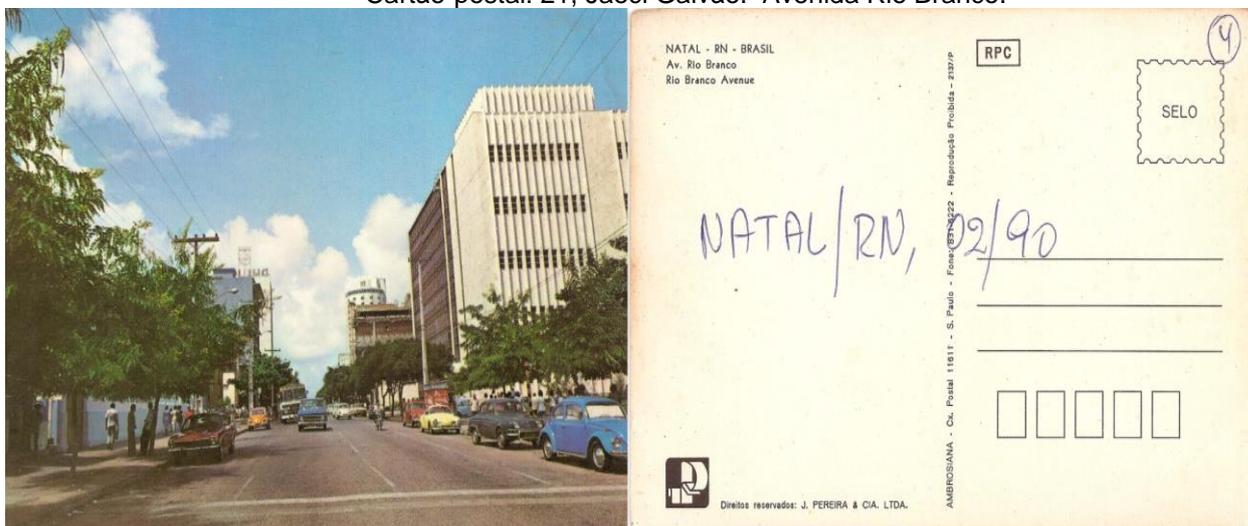
Cartão-postal:20, Jaeci Galvão. Parque Industrial de Confeção Guararapes.



Ano de 1976. Gráfica Ambrosiana. Fonte: Jaeci Junior.

Em sequência o cartão-postal nº 21, onde temos outra paisagem da Avenida Rio Branco representada na fotografia em formato horizontal, valorizando a largura da via a fim de condizer com espaços de uma capital, orientando assim os moradores no sentido de vivenciar uma urbanidade adequada. O primeiro plano da imagem destaca a avenida, na cena urbana surgem às primeiras pinceladas de um cenário que pretende-se por em vias de cosmopolitano, com os carros, os transeuntes, os edifícios sinalizando o processo de verticalização, estabelecendo relações de significados entre si, impondo um ritmo mais acelerado para a cidade. Os espaços urbanos relegam os pedestres e abrem espaços para os automóveis. As linhas paralelas que seguem em direção ao infinito, são as linhas de força que dão a sensação de profundidade e de grandeza à avenida.

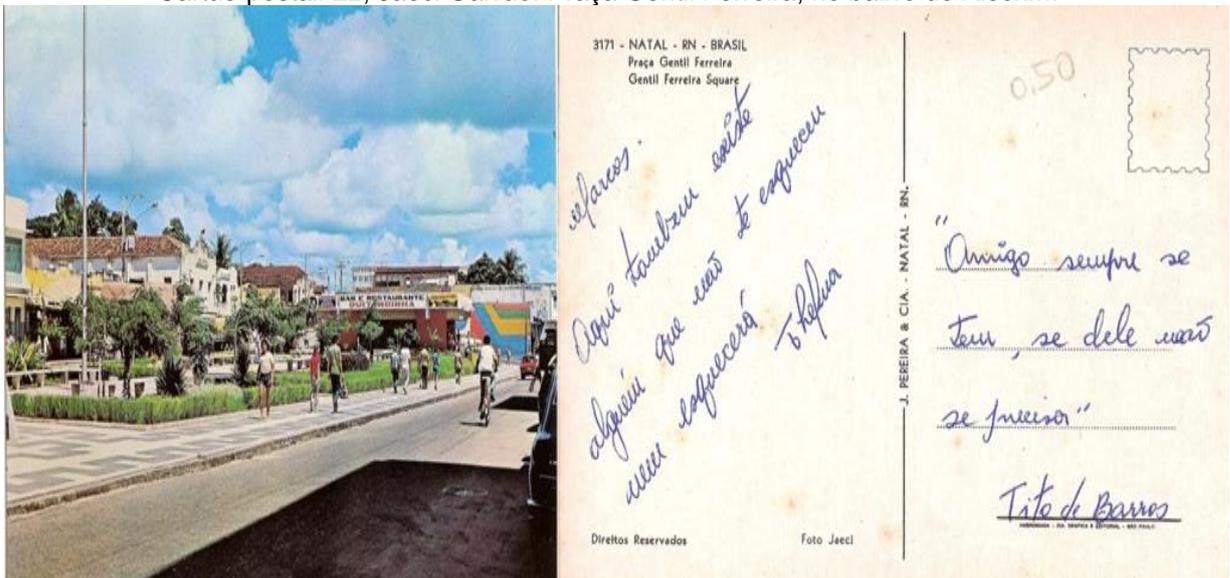
Cartão-postal: 21, Jaeci Galvão. Avenida Rio Branco.



Provável data, final da década de 1970. Fonte: Acervo de André Madureira.

No cartão-postal nº 22, temos o enquadramento da Praça Gentil Ferreira, ao contrário dos cartões que o antecedem o espaço está preenchido com um número significativo de pessoas, o que as coloca em interação com o ambiente da praça. É a prática de “estar em público” que passa a orientar os moradores de Natal, a passagem do provinciano ao cosmopolita, como no sentido dado por Sennett (1993, p.31 *apud* PERROTTA, 2011), “um homem que se movimenta despreocupadamente em meio à diversidade, que está à vontade em situações sem nenhum vínculo nem paralelo com aquilo que lhe é familiar”.

Cartão-postal: 22, Jaeci Galvão. Praça Gentil Ferreira, no bairro do Alecrim.



Provável data, 1965. Fonte: Acervo de André Madureira.

Nos cartões-postais de Jaeci Galvão, classificados nesse estudo, como cartões-postais da “cidade moderna” vemos a delimitação das áreas urbanizadas. Os códigos visuais priorizados são os que envolvem os ideais de progresso técnico, econômico e urbano. Os modelos de civilidade em vigor nas principais capitais mundiais eram parâmetros seguidos pelos grupos dominantes nas imagens que destacavam Natal. São imagens geralmente feitas de forma subtrativa, onde a urbanização aparece ligada a espaços centrais limpos e organizados, com as ruas recortadas e geometrizadas. O que está fora desses padrões, o que fere a visualidade da organização e harmonia urbana é banido do campo fotográfico por ser considerado impróprio. Saem da cena fotográfica mendigos, mestiços,

prostitutas, ambulantes, cortiços, casas de taipa ou qualquer outro tipo de habitação nos centros urbanos que não se enquadra nos novos ideais⁷⁶.

5.4 “CIDADE DO SOL”

Na conformação da Cidade do Sol podemos observar, para além do conjunto iconográfico, as características atraentes e tendenciosas da imagem fotográfica, o que de certa maneira não é novidade como nos atesta Kossoy (2009). Se aliarmos os ideais sociais e políticos em relação à atividade turística, que mesmo aparentes na imagem fotográfica no momento proposto, encontravam-se mais no âmbito da teoria, são basicamente direcionadas ao desenvolvimento econômico que essa pode proporcionar. Diante disso, somos capazes de perceber que a transformação da cidade está incluída em um contexto que se congrega com os acontecimentos, com as ideias de modernidade e progresso que são instauradas na capital. Assim, não pode ser entendido como uma atividade à parte, visto que se organizou em analogia com um contexto histórico e social. Nas palavras de Lopes Júnior (2000, p. 45,46):

Desde a perspectiva da espacialização social, ou seja do conjunto articulado de práticas espaciais e de suas representações sociais, Natal começa no período mesmo da Segunda Guerra Mundial, a ser construída socialmente como cidade do prazer. A forte presença militar, paradoxalmente liberadora, no que diz respeito aos valores, não apenas constrói os alicerces do desenvolvimento urbano de Natal, mas impõe relações sociais destradicionalizadoras, apropriações espaciais que subvertem a geografia cultural tradicional da cidade (dentre elas, a produção das praias como “espaços do descontrolo controlado”) e a produção de lugares para o consumo do prazer.

De todo modo ao pensarmos em um contexto nacional, as capitais do Nordeste se inseriram mais tardiamente em uma economia que envolvia a atividade turística, quando comparado a outras partes do Brasil, por terem seus espaços representados por outras visualidades, como a da seca. As cidades nordestinas, hoje, inseridas em um mercado turístico de valorização do Sol, do mar e da cultura local antes representaram de maneira majoritária, o espaço oposto em relação à civilidade e o progresso, arraigadas ao imaginário da seca, que transpassou a metade do século XX, com discursos e a implementação de planos políticos, que, teoricamente, deveriam beneficiar a região. O turismo só foi incorporado, mais

⁷⁶ Ver COSTA, Ricardo José Vilar da. Habitação e modernização : Cidade Nova e maneiras de viver em Natal no início do século XX. Dissertação apresentada ao programa de Pós Graduação em História da UFRN - Natal, RN, 2008.

diretamente, pelos discursos políticos e elitizados, quando passou a representar uma possibilidade de progresso econômico mais significativo e as perspectivas que existiam em prol da atividade foram direcionadas pelas políticas nacionais. Momento em que a imagem, anteriormente, associada à pobreza, dá lugar a imagem turística, associada ao sol, as praias e aos coqueirais (DANTAS, 2002).

As imagens da cidade turística estão atreladas a um mercado de paisagens, aliadas a reorganização espacial da cidade com lugares destinados ao lazer/consumo. Ao contrário dos espaços da Cidade Moderna, com prioridade para a produção, essa nova dinâmica prioriza o consumo. A década de 1980 inaugura por parte do poder público de modo mais prático as preocupações com a atividade. Isso possibilitou o investimento em grandes projetos a fim de beneficiar e estruturar partes estratégicas da cidade para fomento da atividade (FONSECA, 2005).

Se pudermos estabelecer um limite, apenas para representar a inserção do turismo em Natal, esse seria a implantação dos megaprojetos turísticos, tais como: Parque das Dunas/Via Costeira. Existe uma razoável literatura sobre os acordos para a implementação desses megaprojetos, sendo, portanto, desnecessário adentrarmos nesse campo. No entanto, importa evidenciar com o estudioso local Lopes Júnior (2000, p. 48), que foi “o marco fundamental para a expansão da atividade turística local e a produção social de Natal como cidade turística.” Com a Via Costeira o objetivo do governo e do empresariado local era a construção de uma “Copacabana” (praia localizada na zona nobre do Rio de Janeiro) em Natal, destinadas a moradores e frequentadores de alto poder aquisitivo, como salientou Cavalcanti (1993, p. 138).

A população não endossou esse objetivo, temendo esses projetos redentoristas para Natal e, a entrada inesperada na cena de novos atores, impôs a preocupação com o meio ambiente, redefinindo o projeto anterior e incorporando a questão ambiental. Entretanto, as justificativas do governo estadual e do empresariado, permitiram a materialização de um espaço com foco preferencial nas elites econômicas locais. Os terrenos de propriedade da Marinha foram transferidos para o Governo Estadual e repassados aos empresários locais com valores irrisórios⁷⁷ (LOPES JÚNIOR, 2000).

⁷⁷ Somente para exemplificar: O metro quadrado para os empresários custou entre U\$ 0,68 chegando a um valor máximo de U\$5,60. Nesse mesmo período o metro quadrado em Ponta Negra custava U\$

Essas grandes obras foram estratégicas para a apropriação espacial que se deu pelo turismo, tanto do ponto de vista urbano, como simbólico. Estabeleceu um marco na cidade, favoreceu um diálogo entre os campos imaginários e os significados produzidos, internalizando o discurso do desenvolvimento pelo turismo, principalmente na vida cotidiana de Natal. Há uma identificação direta dos moradores entre a inserção dos projetos e a atividade turística. Sobre esse aspecto, é bem ilustrativa a declaração do Jornalista Eduardo Alexandre Garcia, ao ser solicitado a discorrer sobre a atividade turística na capital norte-rio-grandense:

O marco do turismo em Natal é a construção da Via Costeira feita por Tarcísio Maia que era o governador e chegou de paraquedas, indicado pela ditadura, não tinha programa de governo, foi quando se começou a falar seriamente em turismo em natal. A prefeitura fez uma campanha muito legal; todos os domingos, o Poti publicava uma crônica de algum natalense sob o título "Natal Vista por"... Foi uma série de crônicas, postadas sempre aos domingos, cada dia, uma pessoa diferente da cidade escrevia, digo, a cada publicação dominical... Era Marcos César Formiga o prefeito.⁷⁸

É nesse período de ebulição dos pensamentos, dos discursos, das políticas que constrói-se o imaginário da cidade turística, que observamos contida no trabalho de Jaeci Galvão. A inserção de Jaeci nos processos e concepções dos usos da sua imagem fotográfica favoreceu a aproximação entre objeto, paisagem e turismo. Seu trabalho introduz os primeiros esforços empreendidos para uma política mercadológica de visibilidade da cidade de Natal.

Visibilidade que se dá com a junção das representações de paraíso e progresso, que em essência foram manifestadas pelos conceitos europeus, que circularam nos cartões-postais. A paisagem da natureza, valorizada turisticamente por ideologias políticas, sociais e econômicas auxiliam no desenvolvimento da representação da cidade do sol para a capital norte-rio-grandense. Uma relação que construída por meio da interação de distintos aspectos e jogos sociais que direciona o indivíduo a contemplação dos aspectos naturais da paisagem. Relação essa, possibilitada pelas tensões que se dá em torno da natureza/homem e técnica, de acordo com as especificidades espaciais e temporais de cada lugar.

55,00 e terrenos distantes em áreas periféricas custavam U\$ 8,00. Para mais detalhes ver: LOPES JÚNIOR, 2000 e CAVALCANTI, 1993.

⁷⁸ Eduardo Alexandre Garcia é jornalista, nasceu e reside em Natal. Trabalhou no jornal A República, Correio Braziliense, Diário de Natal e a Tribuna do Norte. Foi entrevistado em 09 de abril de 2012.

As imagens de Jaeci unem, principalmente, as estruturas urbanas que foram intensificadas no pós-guerra, como sinal de progresso econômico da cidade à natureza paradisíaca. “São as circunstancia que envolve o assunto e a própria representação”, que podemos observar ao mergulhar no conteúdo iconológico dessas imagens (KOSSOY, 2009, p. 132). Sendo assim, cabe ressaltar, que a construção de uma dada representação simbólica, não se limita a uma baliza temporal é um processo contínuo em constante metamorfose, no qual a fotografia sempre se prestará aos seus usos. Os cartões-postais que selecionamos para representar “A cidade do Sol” corroboram com essas construções simbólicas em torno da cidade de Natal.

O primeiro postal desse grupo é o cartão nº 23, uma panorâmica que representa a Praia de Areia Preta, real enquanto captação de uma construção mediada pelo olhar do fotógrafo, logo após a Segunda Guerra Mundial, com os equipamentos urbanos e vias de acesso à automóveis e pedestres recentemente criados. O coqueiro centralizado e próximo ao plano de fundo serve como ponto de atração e de separação dos espaços. No primeiro plano temos um par dialético cultura/natureza. A cultura representada pelos fixos urbanos do lado esquerdo e a natureza representada pela praia do lado direito, ao percorrermos a cena da esquerda para a direita, o que aparece primeiro são os equipamentos urbanos; nas figuras dos prédios, do automóvel e dos postes elétricos, em detrimento da natureza, que não aparece sobrepondo os indivíduos e as suas construções a sua lógica “indomável”, mas ao contrário, as construções humanas que aparecem nessa imagem é que racionalizam e domam os espaços, como o mar e suas areias. A fuga do cotidiano, não está concatenada a fuga dos equipamentos e símbolos de civilidade que dão o conforto a esse mesmo cotidiano. Afinal, como resalta Krippendorf o que parece por demais exótico, “por demais estrangeiro, por demais diferente do comum, acaba se tornando desconfortável e talvez até ameaçador (1989, p. 71).”

Cartão-postal: 23, Jaeci Galvão. Praia de Areia Preta



Provável ano de 1947, logo após a construção da Avenida Sylvio Pedrosa. Acervo: José Valério.

O cartão-postal nº24, contém em sua cena o mesmo espaço físico do cartão-postal nº 23, porém o ângulo captado é diferenciado. O plano geral da paisagem coloca a praça recentemente construída em primeiro plano, com alguns atores concentrados no passeio em distâncias diferentes, de acordo com a Patrícia Gurgel, filha do fotógrafo, era comum o pai levar os filhos e outros familiares para compor a cena, o que possibilitava ao fotógrafo um aumento da percepção e da clareza da narrativa que quer passar ao expectador. A fotografia pintada com uma técnica artesanal realça e homogeneiza a cor do mar e do céu, numa imagem que se duplica enquanto representação do real.

Cartão-postal: 24, Jaeci Galvão. Praia de Areia Preta pintado artesanalmente

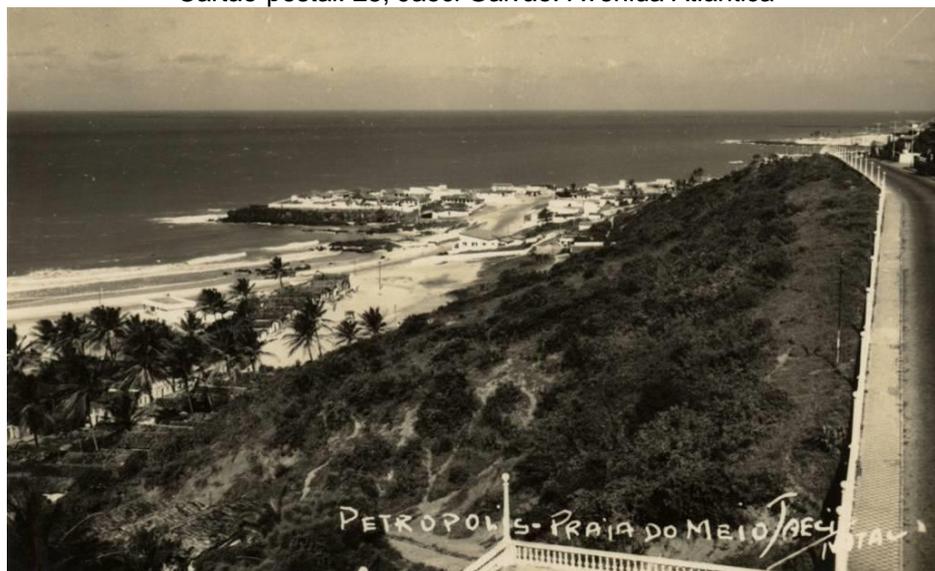


Provável ano de 1947 (as plantas estão pequenas, acredita-se que foram organizadas recentemente), logo depois que o espaço foi inaugurado. Fonte: acervo particular: José Valério Cavalcanti. Série Ambrosiana

O postal de nº 25, enquadrando a imagem da Praia do Meio em câmara alta (ou em plano picado), onde o fotógrafo está acima do referente, com a intenção de captar a abrangência da panorâmica (aérea), apreende ainda no cenário a Avenida Atlântica – Avenida com o mesmo nome da famosa avenida que liga o bairro de Copacabana à praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, que no período era a capital federal – que recorta praticamente toda a imagem. Não é por acaso, que a avenida está no primeiro plano da fotografia. O plano é tanto maior quanto sua contribuição dramática ou sua significação ideológica forem grandes (MARTIN, 2005, p. 47).

Essas vias são de grande importância para a inserção do turismo na cidade de Natal, pois a partir dos calçamentos e da ligação que se deu entre as praias do Forte, do Meio, Areia Preta e Artistas, que se urbanizaram na administração de Sylvio Pedroza as atividades de banho foram gradualmente ganhando destaque, aumentando também o número de visitantes a esses locais. Ruas foram abertas possibilitando o tráfego mais livre de pessoas e de meios de transportes. Entretanto, punge nessas imagens os espaços que antes eram tomados por dunas e vegetação, aqui, aparecem encobertas pelo cimento para sustentar um novo conceito. Há a preocupação em revelar nas fotografias os espaços “embelezados” pela urbanização que constitui novas práticas em contraponto ao que era “antigo”.

Cartão-postal: 25, Jaeci Galvão. Avenida Atlântica



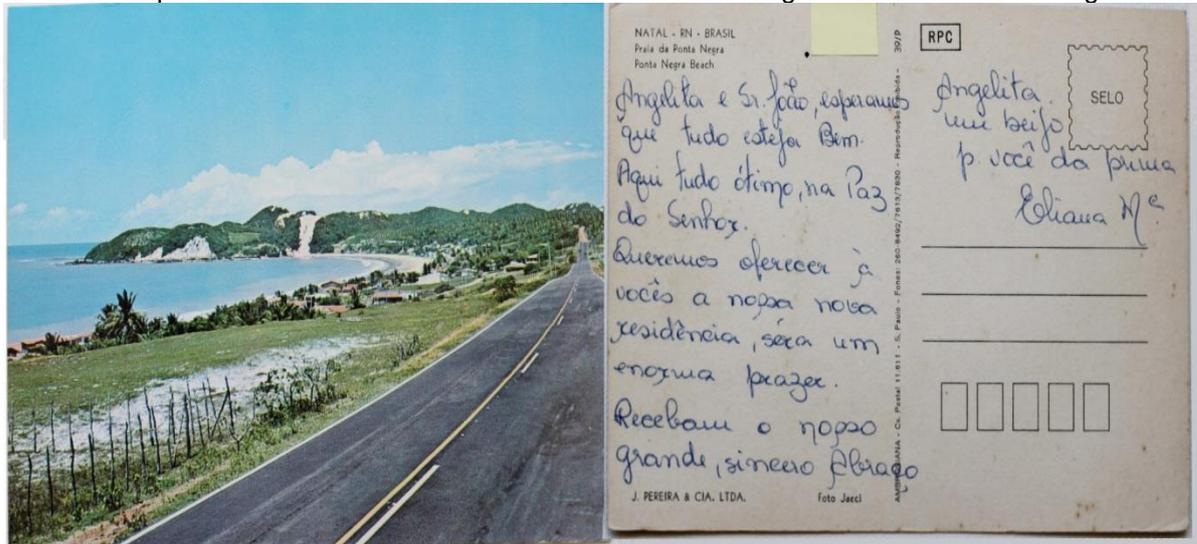
Fotografia de início da década de 1950. Avenida Atlântica – Hoje Getúlio Vargas

O cartão-postal nº 26, mostra a paisagem da Praia de Ponta Negra, tendo em primeiro plano a estrada de Ponta Negra, logo após sua duplicação e asfaltamento – atual Avenida Engenheiro Roberto Freire. As avaliações das potencialidades da região, baseadas no turismo sol e mar, salientavam constantemente a necessidade de criação de infraestrutura, principalmente viária. A estrada favoreceu uma transformação na dinâmica espacial da cidade, redirigindo a dinâmica do centro e suas praias para a zona sul. O espaço que era em sua maioria habitado por moradores de vilas de pescadores e de conjunto habitacionais, com a intervenção urbana no acesso a praia de Ponta Negra, ainda considerada longínqua à época, passa a ser paulatinamente, um espaço de interesse turístico. Na década de 1960, essa era apenas uma simples estrada de paralelepípedo e chamava-se estrada de Ponta Negra, nos anos de 1970 a estrada foi asfaltada e duplicada, posteriormente recebeu o nome de Avenida Engenheiro Roberto Freire, avenida que desde então permanece em constante mutação.

O cartão-postal nº 26, tem no plano de fundo, centralizado, a paisagem do Morro do Careca, hoje se transformou no principal cartão-postal da cidade. A paisagem que observamos é típica do litoral nordestino da época, espaços pacatos, que ganham maiores movimentações apenas nos finais de semana e períodos de férias, com as várias casas de praia que se espalham na orla, pertencentes em sua maioria a políticos, industriais, funcionários públicos e comerciantes. Também favorecidas pela então emergente cultura da segunda residência, que se manifesta,

majoritariamente, nos anos oitenta. O consumo desses espaços por grupos hegemônicos favorece uma gama de investimentos públicos importantes para a urbanização turística de Ponta Negra (LOPES JÚNIOR, 2000).

Cartão-postal: 26. Jaeci Galvão. Vista da Praia de Ponta Negra. Estrada de Ponta Negra.

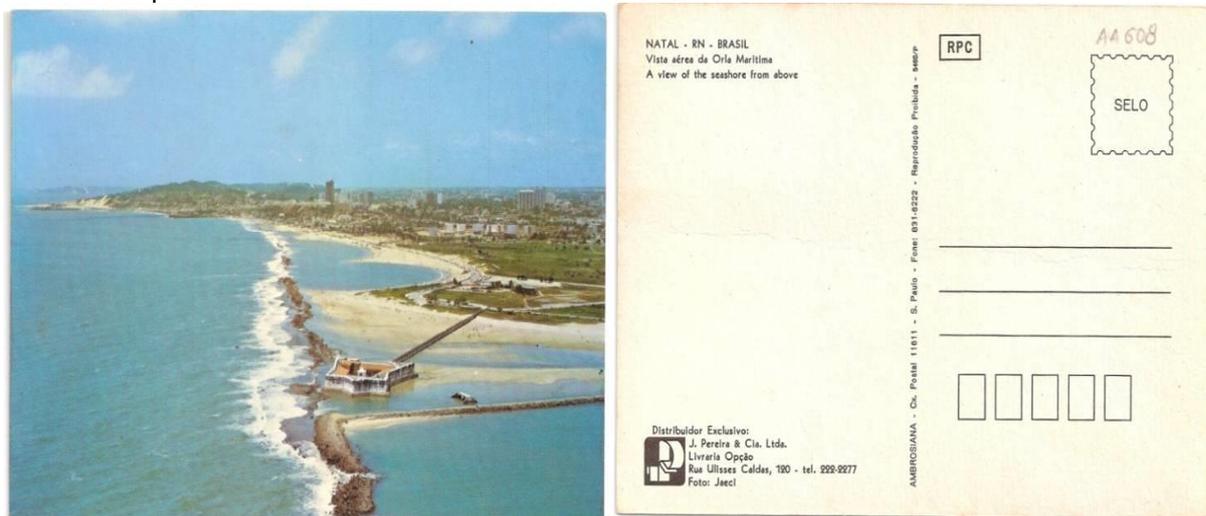


Atual Avenida Engenheiro Roberto Freire. J. Pereira e Cia. Gráfica Ambrosiana. Década de 1975.

No cartão-postal nº 27 a Fortaleza dos Reis Magos está em evidência, o domínio do homem é ressaltado pela construção monumental que resistiu às intempéries naturais. São novas formas visuais para os trópicos, que associam à natureza exuberante a diversidade do urbano, do que está sendo polido, civilizado, racionalizado. No lado direito da cena, aparece à cidade em seu vigor e expansão espacial urbana, a interação entre o paradisíaco e os equipamentos urbanos. A panorâmica aérea, que privilegia a orla marítima das praias urbanas de Natal, tem no primeiro plano o azul do mar que preenche praticamente toda a cena e quase confunde-se com o azul do céu construindo um só espaço, onde o mar é o todo. A terra inicia-se com a fortaleza que aponta para a capital da qual foi seu marco precursor. Uma imagem esteticamente perfeita, segue o modelo ideal de representação que já fazem parte do estilo de construções direcionadas as zonas litorâneas nacionais destinadas ao turismo, onde não só se encontram o mar e a terra, como dois mundos, natureza e cultura, elementos primordiais dessa representação que impõem duas concepções de tempo social. O antes e o depois, tempos lineares onde o antes é representado pelo mar e pela orla com a fortaleza, um tempo paradisíaco e, o depois representado pelo urbano, um tempo progressivo que indicia um processo civilizatório dos espaços e concomitantemente do humano.

Pode-se compreender que há necessidade do tempo e de cultura, para que os indivíduos locais possam desenvolver, progredir e evoluir no sentido linear da “civilização”.

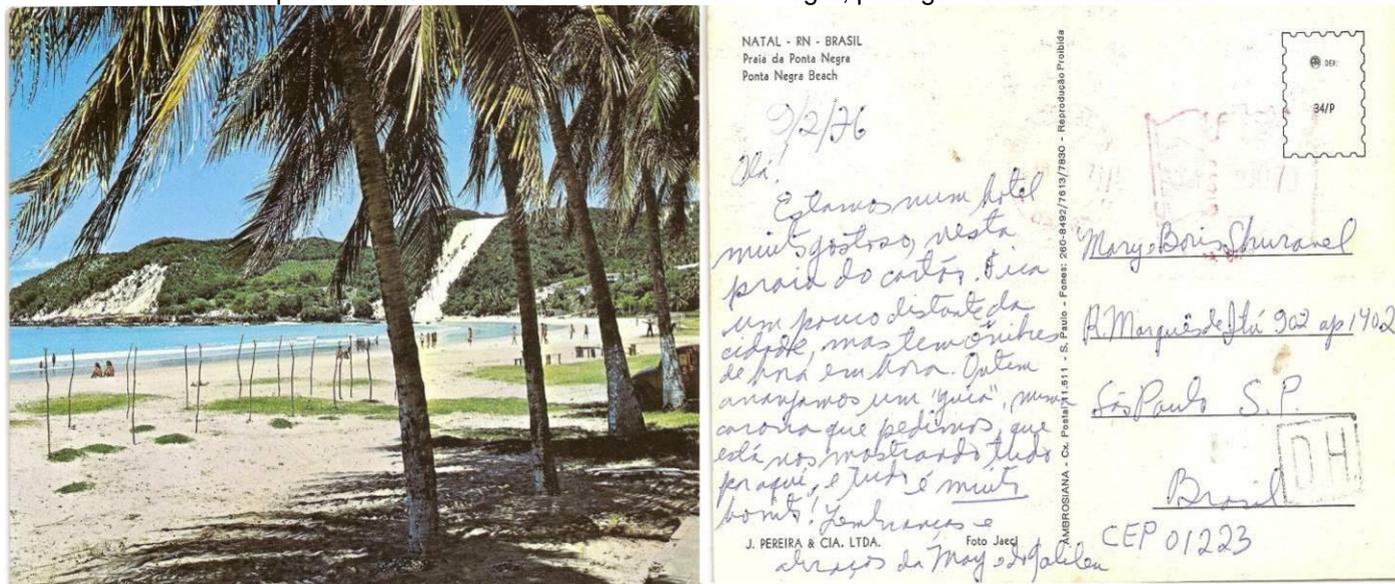
Cartão-postal: 27. Jaeci Galvão. Vista aérea da Orla Marítima das Praias Urbanas de Natal.



Final da década de 1970. Distribuído por J. Pereira & Cia. Gráfica Ambrosiana. Fonte: Acervo de Jaeci Emerenciano Galvão Junior.

A imagem do cartão-postal nº 28, da série Ambrosiana, recorta a Praia de Ponta Negra com vistas ao Morro do Careca. O primeiro plano da imagem dá destaque às folhas das palmeiras e a areia da praia, os planos seguintes seguem apreendendo as palmeiras, a areia, o mar e os banhistas. As palmeiras na fotografia dão continuidade ao olhar em paralelas, uma cortina natural, construída como signo de representação da vegetação no Brasil. As palmeiras constroem-se como fronteiras que ao serem ultrapassadas privilegiam o turista com um espaço que remete ao imaginário do paraíso tropical. Na fotografia evidencia-se poucos frequentadores usufruindo dos prazeres das águas mornas do litoral natalense. À época o turismo ínfimo, praticado nessas áreas principalmente por aventureiros, estudantes e por familiares e amigos dos moradores locais, não demandavam uma maior necessidade de serviços especializados, ponta negra ainda era considerada uma praia distante, como descreve a visitante no postal: “fica um pouco distante da cidade, mas tem ônibus de hora em hora”. A atividade turística em Natal, nesse momento era residual, embora a ocupação das praias já tivesse sido iniciada, com a produção do fenômeno nacional da segunda residência, os poucos turistas se deslocavam para esse espaço, preferencialmente via transporte rodoviário.

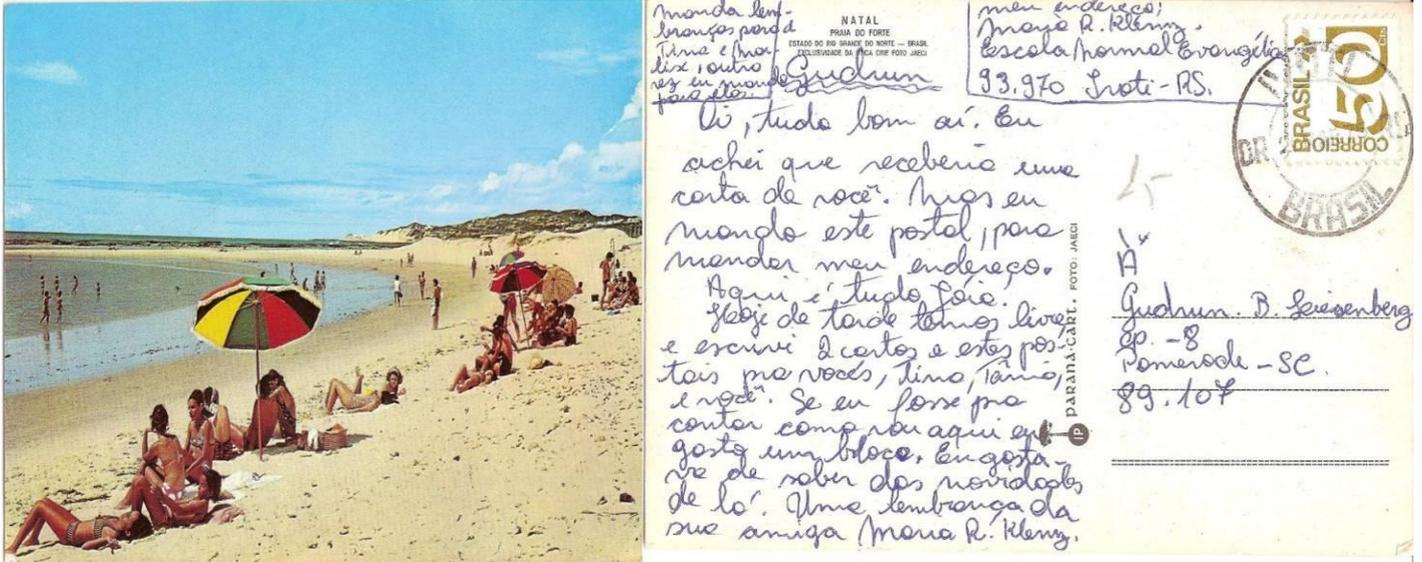
Cartão-postal: 28. Jaeci Galvão. Praia de Ponta Negra, paisagem do Morro do careca.



Década de 1970 Distribuído por J. Pereira & Cia. Gráfica Ambrosiana. Fonte: Acervo de André Madureira

O cartão-postal nº 29, da gráfica Paraná Cart distribuído em Natal pela própria empresa do fotógrafo, o estabelecimento comercial *Ótica, cine e foto Jaeci*, apresenta a praia com mais movimento, com maior presença das pessoas, cria um clima democrático de sociabilidade. O destaque para a orla e as pessoas, com o sol, a sombra, a areia o mar, orientam valores e práticas de uso desses espaços para um dispositivo social do lazer. A representação de pessoas nas praias foi fomentada desde a fundação da Empresa Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, a empresa incentivou a publicidade da atividade turística destacando belas praias do Rio de Janeiro e corpos bronzeados e essa idealização alargou-se para as praias do litoral Nordeste. De todo modo, como afirma Santos Filho (2007), havia o objetivo de promoção de uma falsa ideia de liberalismo e democracia. Ideia que prevalece até hoje. "Os turistas estrangeiros que compram passagens para o Brasil estão sempre em busca de belas praias e do clima de descontração que o país tropical proporciona". São formas de compartilhamento simbólico associado a um processo institucional.

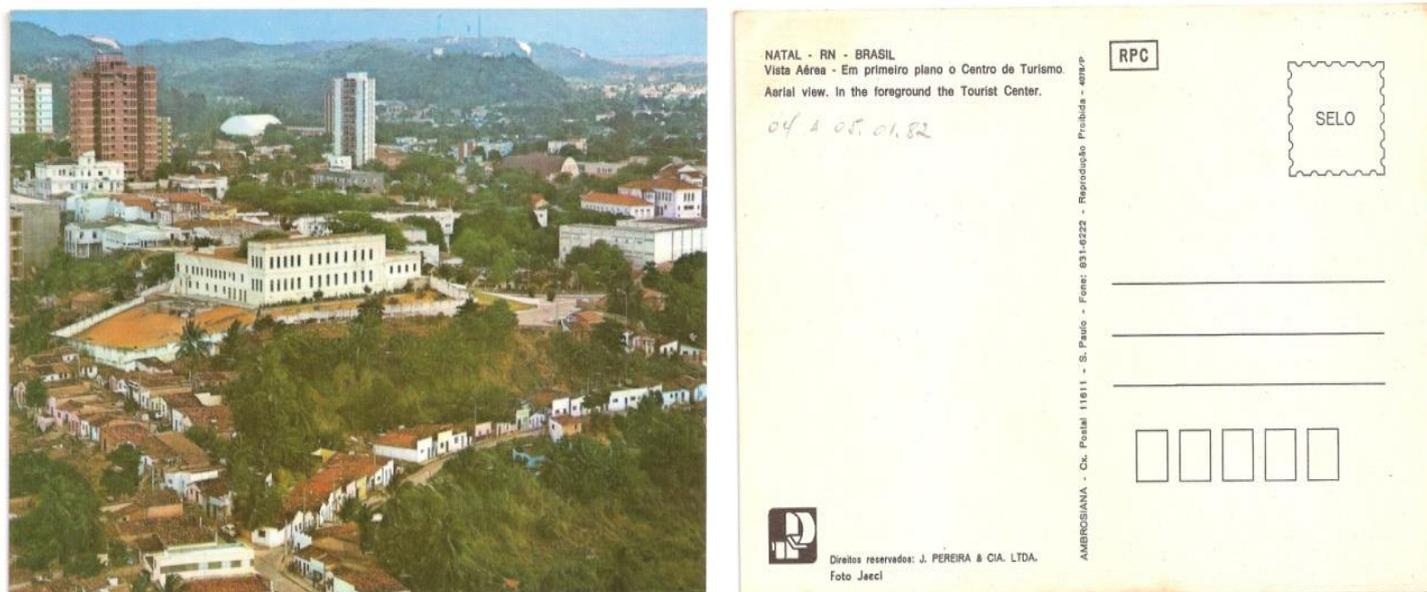
Cartão-postal: 29. Jaeci Galvão. Paisagem da Praia do Forte.



O cartão circulou em 1975. Provável data de registro, início da década de 1970. Distribuidora, Ótica Cine Foto Jaeci. Gráfica Paraná Cart. Fonte: Acervo de André Madureira.

O cartão-postal nº 30 retrata a vista aérea do Bairro de Petrópolis em Natal, destacando o Centro de Turismo. O prédio que ganha lugar central na imagem, foi construído por volta do século XIX, sendo inicialmente uma casa para os desamparados, posteriormente abrigou a antiga cadeia pública de Natal e em 1976 depois de restaurado pelo Instituto de Patrimônio Histórico, tornou-se o Centro de Turismo, abrigando várias lojas de artesanato, espaços gastronômicos e para festas. A imagem é elaborada no início da década de 1980, período inicial de ações práticas direcionadas a atividade, o complexo logístico produzido no ambiente produz o sentido social relativo ao lazer que se organiza por intermédio do poder público, gerando uma nova dinâmica sócio-espacial de urbanização turística que prioriza o consumo dos lugares e os lugares para consumo. Na fotografia a recepção da imagem valorizando a representação arquitetônica dá um significado especial ao turismo na cidade de Natal, uma releitura do edifício, especificamente, para recepcionar o lazer turístico que se pretende oferecer na cidade. Constata-se, nesse caso, a presença de uma construção visual importante para o imaginário local.

Cartão-postal: 30. Jaeci Galvão. Vista aérea do Centro de Turismo



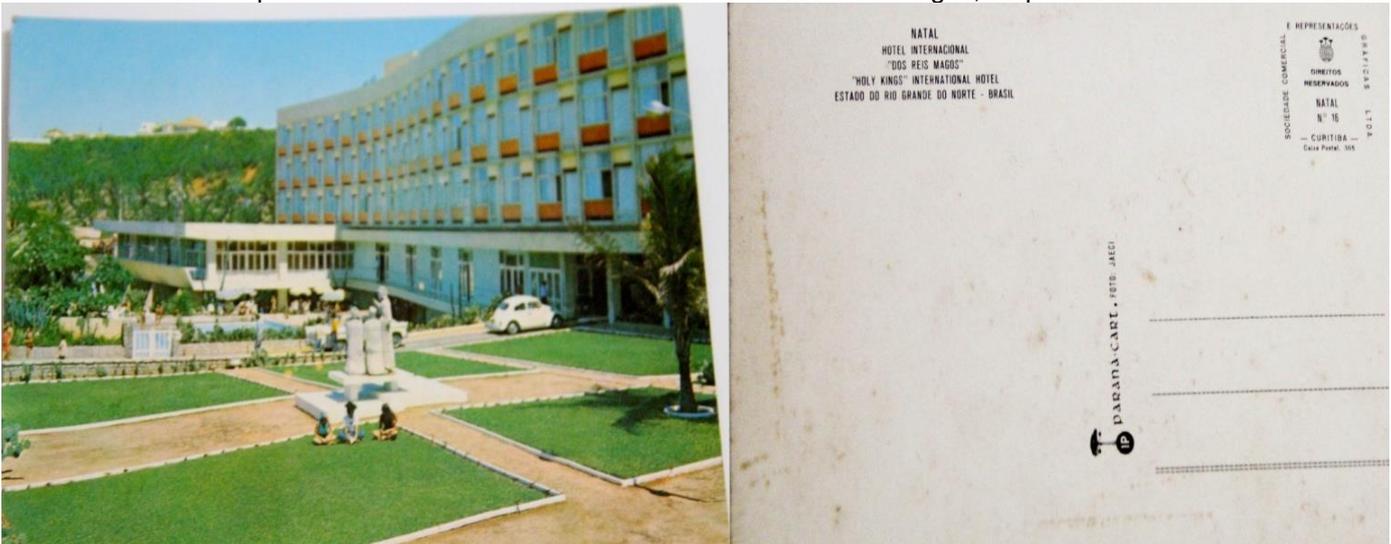
Distribuidor J. Pereira & CIA LTDA. Gráfica: Ambrosiana. Provável data início de 1980. Fonte: Acervo de André Madureira.

O cartão-postal nº 31 suporta a fotografia do Hotel Internacional dos Reis Magos, um marco no desenvolvimento do turismo na cidade, inclusive, o primeiro hotel de porte internacional no estado. Inaugurado em setembro de 1965, impulsionou a modernização urbana na praia do Meio e incentivou sociabilidades que direcionaram parte da população natalense a construir novos hábitos relacionados ao litoral. O hotel projetado pelos arquitetos pernambucanos Waldecy Pinto, Antônio Di Dier e Renato Torres é o primeiro que está de frente para o mar, em harmonia com o clima litorâneo aproveita-se da ventilação e iluminação natural. Em início tinha como alvo apreender um público de empresários, autoridades, engenheiros e técnicos trazidos à cidade em função do processo de industrialização, urbanização e das próprias intervenções habitacionais governamentais. Destaca-se como resultado de um planejamento que prioriza o desenvolvimento econômico, no qual o planejamento já é uma meta da administração pública.

Propiciado pelos incentivos fiscais do FINOR, construído com recursos intermediados pela SUDENE e pelo Tesouro Nacional, o Projeto do hotel e materializado em moldes racionalmente ritmado e inspirado nos ícones da arquitetura modernista brasileira. Cercado por jardins recortados em linhas retas é interceptado pelo prisma trapezoidal, tendo o seu bloco principal erguido sob pilotis e fachadas retilíneas (SOUZA, 2008).

A imagem com a parte lateral direita do edifício retirado da cena, nos leva a imaginar que pode haver muito mais área para o repouso e lazer do que a recortada na fotografia, uma estratégia técnica de ampliação do espaço. Entre as poucas pessoas que aparecem na cena, usufruindo os jardins, que já não existem mais, não há praticamente detalhes ou diferenciação, elas estão diminutas diante os símbolos erguidos. O lado esquerdo comporta a piscina, espaços verdes e amplos para a diversão. São os novos símbolos de prazer em prol do desenvolvimento sendo erguidos com bases no imaginário turístico como impulsionador do progresso. Assim, vai se conformando sobre os espaços da cidade, portadora de problemas sociais e econômicos, símbolos que a identificam como cidade turística. Arranjos e disposições espaciais que hoje identificam a Cidade do Sol.

Cartão-postal:31. Jaeci Galvão. Hotel Internacional dos Reis Magos, na praia do Meio.

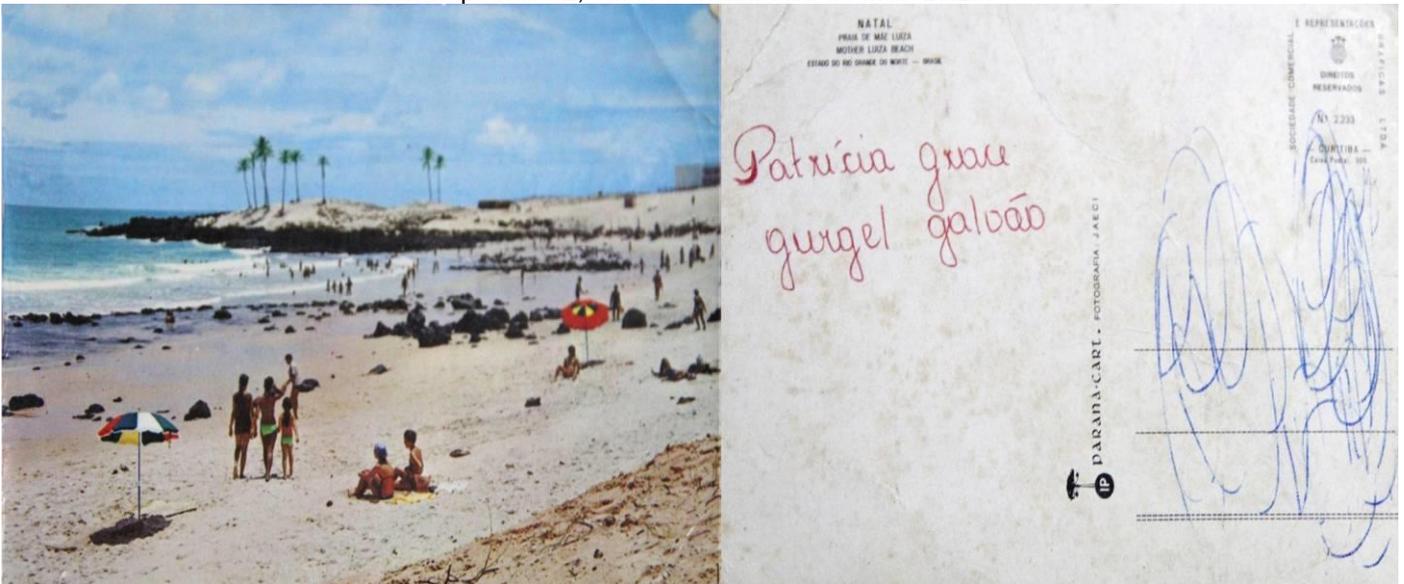


Natal- RN. Final da década de 1970. Distribuído por J. Pereira & Cia. Gráfica Ambrosiana. Fonte: Acervo de Jaeci Emerenciano Galvão Junior.

O cartão-postal nº 32, está inserido na experiência coletiva do sol e mar incentivada pela atividade turística. Da esquerda para a direita, observa-se essa concepção, onde os indivíduos organizadamente utilizam o espaço com os códigos externos e assim vão construindo as práticas consideradas “ideais” ao ambiente, modos de deitar e expor o corpo ao sol e aos olhares públicos, modos de caminhar e de construir momentos lúdicos nesse local. São os trajes adequados, idealizados para o banho de mar civilizado e estético, valorizando as cores e os próprios objetos, como os sombreros, o que favorece a disseminação de práticas em uma paisagem que ao mesmo tempo em que separa os espaços da areia, do mar, do céu e da

vegetação os unem em composição de sentidos. Pensando em uma triangulação dos elementos dispostos na cena, os personagens localizam-se ao centro da cena principal, totalmente envolvidos pelas representações da areia, do céu, das palmeiras e das águas do mar. Em um nível acima dos personagens e do ambiente, no cume do triângulo estão às palmeiras uma das representações padronizadas do litoral nacional. Ela está localizada estrategicamente no alto e atingindo a parte central da cena para indicar que essa é uma paisagem dos trópicos. Um símbolo que parece justificar por si só sua presença em praticamente todas as imagens que referem-se ao litoral, um símbolo do fetichismo que é o turismo sol e mar, ligado ao imaginário do paraíso tropical brasileiro.

Cartão-postal: 32, Jaeci Galvão. Praia da Mãe Luiza.



Final da década de 1970. Gráfica Paraná - cart. Fonte: Acervo de Jaeci Emerenciano Galvão Junior.

Como analisamos, ao traçar as imagens que constroem as centelhas do turismo na cidade de Natal, Jaeci Galvão reproduz uma lógica que apresenta muitas relações que existiu e existem entre a cidade, o turismo e a imagem fotográfica apresentada no cartão-postal. Dimensões que se articulam no contexto social e vão moldando visualidades. Nesse estudo, a análise iconológica associada às perspectivas críticas dos estudos históricos e sociológicos auxiliou não só na evidência do caráter simbólico e cultural que constroem as paisagens, a fotografia, o cartão-postal e a atividade turística, como também auxiliou no desmascaramento das tramas sociais que naturalizadas fazem com que essas realidades escapem aos indivíduos, conformando-os em situações muitas vezes indesejadas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente Natal é uma capital turística conhecida como Cidade do Sol. Isso se deu por meio das intervenções, majoritariamente, públicas; seguida das intervenções privadas, além do mais os seus aspectos naturais; ampla zona litorânea, o clima quente, morros de areias e águas mornas foram determinantes para inseri-la na lógica do turismo sol e mar. O fato de ter sido incentivada e materializada a construção de estruturas físicas nos espaços da cidade em privilégio da atividade turística, fazendo com que essa fosse considerada uma cidade turística, sujeitou a capital a constantes processos de transformações espaciais. Mudanças que nem sempre estavam em acordo ou eram propícias ao bem estar da população local. Ao contrário, muitas vezes o recorte da cidade para a materialização de espaços destinados ao turismo causou segregação espacial e supervalorizou os bens de consumo local, excluindo o principal envolvido nesse processo: o residente. O sujeito local que deveria ter atenção privilegiada dos agentes de turismo e que deveria ser incluído no processo de vivência e sociabilidade dos entornos da sua própria moradia acaba sendo margeado desse processo.

Nem sempre Natal foi uma cidade turística, nem sempre os moradores ou o poder local abraçaram o turismo como uma atividade determinante e basilar para o sustento da cidade. Natal não surgiu enquanto cidade com um “dom” especial ou algum tipo de “vocação” para o turismo, a atividade foi sendo incentivado em seus espaços que foram recortados através de estratégias e ideologias promovidas por grupos com interesse nessa atividade. Visando entender como se deu o processo inicial de conformação dessa realidade turística para a cidade de Natal, a fim de desmascarar certas determinações, nos debruçamos sobre uma análise sócio-histórica no qual o objetivo geral foi captar os elementos ideológicos que motivaram e materializaram a construção das paisagens turísticas, criando com isso um imaginário coletivo em relação à cidade.

Levando em conta que o cartão-postal é um meio de comunicação gestado no seio da modernidade; que serviu ao propósito burguês de divulgação de seus valores; que carrega em si uma paisagem, antes elaborada, concatenada a padrões hegemônicos estéticos, urbanísticos, políticos e sociais do que deve ou não ser retratado e; que constrói imaginários coletivos sobre o espaço que revela, o escolhemos como objeto de análise. Em correspondência com o desenvolvimento da atividade, vários cartões postais foram produzidos na capital norte-rio-grandense,

entre eles destacaram-se os do Jaeci Emerenciano Galvão, não só pelo tempo em que circularam propagando as vistas de Natal, mas também pela representação social do fotógrafo na cidade.

Para tal, buscamos apreender com o auxílio da análise iconográfica e iconológica as polissemias e tramas que pululam em meio à “ficção documental” das fotografias do cartão-postal. Com o uso dessa metodologia procuramos observar a temática paisagística prioritária nos cartões-postais de Jaeci Galvão, observar ainda como, quando e porque tais paisagens foram incorporadas em seu trabalho e os componentes ideológicos de destaque dessas paisagens e sua relação com o turismo.

Concluimos, nesse estudo, que a construção de um imaginário paisagístico voltado para o turismo em Natal, focando os elementos da fotografia e do cartão-postal, construiu-se e fixou-se em grande parte por intermédio de imagens. Imagens essas que se de um lado envolve os indivíduos locais e agrega símbolos na construção de suas memórias espaciais, fortalecendo as relações de pertencimento e de coletividade, por outro lado, se prestam a inculcação de ideologias que são encomendadas, planejadas e produzidas servindo a finalidades concatenadas a lógica capitalista de produção/consumo de espaços, pessoas e objetos. São perspectivas da cidade promovida por grupos que na ânsia de corresponder aos aspectos sociais, econômicos, políticos e urbanos do que “majoritariamente” considera-se “ideal” encenam um jogo de contradições, de manutenção de diferentes lógicas, que muitas vezes até excluem-se. São imagens que ao articular o turismo, a paisagem, o cartão-postal, a fotografia fomentam imaginários que edificados constituem marcas que se manifestam em todo um sistema de representação, servindo como referência para a valorização de alguns aspectos espaciais em prejuízo de outros.

Durante as décadas de 1940 a 1980, encontram-se nas produções de cartões-postais de Jaeci Emerenciano Galvão imagens de paisagens da cidade que plasmam-se entre diferentes ideologias imersas nos espaços e indicadas por valores sociais, culturais e políticos. Quando Jaeci Galvão começa a fotografar na década de 1940, há várias forças e projetos organizando a cidade, o turismo é uma das possibilidades que germinam. Visto que a sociedade é feita de possibilidades diferentes o projeto turístico é um dos projetos que no decorrer das décadas vem ganhando força e passa a ser central nas perspectivas dos gestores da cidade, mas

não exclui outras perspectivas, por não ser uma construção isolada, uma vez que está inserido em um contexto socioeconômico mais amplo.

A partir dessa análise consideramos que não houve entre os espaços urbanos e os espaços que privilegiam a natureza uma preferência temática por parte do autor no decorrer do período analisado nas paisagens captadas para ilustrar os postais. Mas, houve um conjunto complexo de possibilidades que de acordo com a inserção econômica na cidade, com o fomento dos espaços urbanos, com a abertura dos espaços de lazer, com a exigência do mercado editorial, com a internalização do discurso de desenvolvimento local por meio do turismo e as próprias relações sociais e políticas que o fotógrafo estabeleceu na capital direcionaram o seu olhar. Todas as possibilidades vinculam-se a construções culturais que de modo mais amplo concatena-se ao nosso modo de produção capitalista e nas alterações que produz nos espaços, sem haver “especificamente” nessas imagens um movimento por parte do autor que busque negar a lógica hegemônica.

Os cartões-postais com as fotografias das paisagens natalenses apreendidas por Jaeci do mesmo modo em que foram criadas em um contexto de diferentes possibilidades imerso na cultura capitalista, serviram a diferentes usos e interpretações sociais. Serviram como artefatos que ao serem manuseados e observados oferecem ao olhar uma paisagem, um espaço físico esteticamente recortado, articulado em um imaginário idealizado, socialmente induzido e reproduzido. Inauguram a época de multiplicação de imagens de paisagens direcionadas ao consumo massificado, promovidos por uma indústria cultural de padronização e de consumo de espaços. Em sua trajetória transmitiu, primordialmente, uma imagem esteticamente positiva e romantizada dos aspectos socioespaciais, fundamental para a difusão de um imaginário das paisagens turísticas, que dialogam com formas mais urbanizadas e com os setores médios sociais – sem perder totalmente as referências locais.

Os postais de Jaeci Galvão circulam com espaços locais atrelados às premissas de um modo de vida ocidental que se difundia, mais especificamente, nos grandes centros europeus. Esses espaços são valorizados; tornam-se superiores e absolutos por inserirem os grupos em uma cultura urbana, de lazer e de consumo que é privilegiada. Mais ainda, por garantirem maior visualidade as produções de bens materiais e padrões de vida melhores. Paradoxalmente, expõem também, uma representação de modos de vida baseados em produções tradicionais que se

harmonizam com a natureza, como um espaço idílico e apto para o desfrute do homem moderno, do homem urbano, uma imagem que aparece como promotora da natureza. O indivíduo local não aparece diretamente nessas representações, sua imagem é figurativa, encarna um personagem complementar dos espaços, que “pela ausência da modernidade” estaria inserido em vivências ainda atrasadas. São imagens que favorecem uma ideia de progresso a ser alcançado. E, se almeja-se alcançar parâmetros que estão baseados na ideia de um progresso exterior é porque afirma-se para o local uma concepção de “atraso” sociocultural e espacial, favorecendo de maneira coletiva uma valorização de outras culturas em detrimento da local.

Em geral, as paisagens retratadas por Jaeci destacava o que se considerava símbolo de progresso local, mas não deixava escapar ao seu olhar aspectos significativos da natureza, como se esses fossem existentes em si mesmo, valorizando-a em congruência com ideologias nacionalistas, que priorizava a natureza como símbolo de riqueza e de possibilidades futuras. São espaços que mostram uma Natal que surge em harmonia com o que se considera “ideal” para os próprios natalenses, educaram os sentidos e exerceram um papel pedagógico na formação do indivíduo em relação aos signos de progresso e civilidade. As paisagens retratadas mesclam diferentes ideologias, porque a sociedade é dinâmica e as próprias formas de produção e de criatividade reinventam-se e coadunam-se.

Quando os discursos e os projetos para a materialização da atividade turística passam a ser mais significativos, o próprio mercado editorial de cartões postais, que antes atingia um grupo de colecionadores e de curiosos de vistas, desloca-se para atender o consumidor turista que o deseja como lembrança de viagem. Nesse cenário exige-se uma elaboração do local que chame a atenção do olhar de residentes de outros espaços, não mais, somente, nos aspectos exóticos, porém em signos que sejam convidativos para uma vivência turística na capital. O foco desse novo e possível mercado consumidor é direcionado em âmbito nacional para as regiões sudeste e sul do Brasil; em âmbito internacional busca-se conquistar os EUA e Europa.

Para conquistar uma demanda de consumidores de paisagens, diante das lógicas hegemônicas de produção espacial para o turismo, o que é retratado da cidade de Natal está direcionado para agradar o público exterior, desse modo é necessário que esses grupos reconheçam na imagens os seus próprios signos, é

indispensável que se deparem com o que esperam ter e ver no local. São imagens que não existem em si mesmas, mas sustentam-se baseadas na veracidade imposta pela fotografia, enquanto prova de real. Todavia, não há uma negação total do local, pois a própria imagem constrói referências do que é Natal. Como foi dito, a imagem fotográfica que tem como suporte o postal é um discurso de produção de sentido, voltado mais para a contemplação artística do que para a compreensão real do lugar, das vivências, contradições e sentimentos que constroem a cidade.

As paisagens escolhidas por Jaeci para ilustrarem seus postais estão imersas em espaços onde para a prática do turismo com o apoio do Estado foi primordial. São espaços direcionados por políticas de incentivo baseadas em modelos gerais para o fomento da atividade turística na região Nordeste – região que foi recortada e marcada por seu atraso financeiro, social e econômico em relação ao Sudeste. O fato da conformação dos espaços destinados à atividade turística em Natal, visar retirar o local da crise financeira, priorizando, sobretudo, o público estrangeiro, favoreceu a produção de imagens em harmonia com o que acreditava-se que esse público desejaria vivenciar. São imagens que localizam paisagens fragmentadas e idealizadas para o turismo em espaços mínimos da cidade, na maioria das vezes, irreais para o cotidiano das pessoas que vivem no local, tanto é que na maioria das imagens a vida cotidiana é ocultada com a ausência de pessoas na cena e, criam no expectador uma (pseudo) realidade, afirmando um exotismo e particularismo na natureza tropical, fortalecendo estereótipos locais.

Os postais de Jaeci ilustram e revelam os novos espaços da classe média, sem culpa pelos novos espaços recortado verticalmente ou horizontalmente constituírem-se também em fronteira de segregação. O que não corresponde à ordem é separado da cena, grupos incoerentes com os espaços são afastados, notoriamente os cartões-postais projetam e são projetados por sistemas de organização e segregação de classes, que excluí do seu espaço, tudo o que não está de acordo com o conceito “ideal” de vida moderna. São imagens de oferta de paisagens turísticas, destinadas à fruição, a estética e ao lazer, imersas na lógica capitalista de produção espacial que favorece a competitividade e a exclusão social, com isso a intolerância e o individualismo que arraigam-se em estruturas ideológicas políticas, sociais e econômicas.

São as novas formas de ver a cidade, de articulações, de sociabilidades que projetam para o local um ideário de ascensão social e de mercantilização dos espaços atrelados ao turismo aonde o cartão-postal foi um significativo transmissor de signos. De todo modo, não foi objetivo dessa análise destacar o turismo como atividade negativa ou como responsável pelos problemas estruturais da cidade, mas sim localizá-lo junto às suas construções e elementos que o fomentam, situar sua existência em uma estrutura maior e submetê-lo a novas interpretações e a novas categorias de análise. Permitindo, assim, que o turismo seja visualizado de outra forma, que não a de “salvador da pátria”, de indústria do progresso ou de mais uma forma de mercado gerador de rendas.

Queremos dizer que o turismo enquanto uma experiência de implicações políticas, econômicas, sociais e espaciais deve ser lida sobre diversos ângulos, sua análise deve fugir do consenso, que levam a monotonia e a perspectivas positivistas de avaliação que deixam escapar muito da realidade social do fenômeno. Fenômeno responsável pela emergência de novas hierarquias, de novas atividades culturais, novas práticas e de transformações irreversíveis que foram realizadas em seu nome.

Contribuímos, assim, com a produção acadêmica na área do turismo, priorizando-o em seus aspectos sociais, espaciais e históricos. Inovando com a análise das paisagens turísticas por intermédio dos cartões-postais em um viés crítico, necessário para se entender que o turismo, as paisagens que o fomentam e as imagens produzidas direcionadas por sua lógica, são inseparáveis dos conflitos, das alianças sociais e políticas, das subordinações e aceitações de realidades. Que o turismo enquanto um fenômeno está inserido em uma dinâmica e nesse aspecto é também fluxo e sendo fluxo está passível de ser reinventado, de produzir novidades que contribuam para um bem comum, para uma produção contínua e articulada à ganhos em termos de humanidade.

Foi objetivo também dessa pesquisa enriquecer a bibliografia sobre os fotógrafos brasileiros trazendo à tona, pela primeira vez em um trabalho acadêmico, o nome de um dos fotógrafos mais representativos para a história da cidade de Natal: Jaeci Emerenciano Galvão. Trata-se de um profissional reconhecido pela qualidade do seu trabalho e pela sua contribuição no universo da fotografia, conforme foi constatado nessa pesquisa. Jaeci atuou, profissionalmente, em Natal, durante um período singular, no âmbito político, cultural e social que a sociedade natalense vivenciou. Juntamente com outros discursos, Jaeci Galvão produziu

culturalmente, a partir das suas fotografias que circularam nos cartões-postais, as primeiras centelhas de uma cidade turística. Ajudou na fomentação de um imaginário coletivo de Natal. Fica aqui registrado, para o incentivo de novos trabalhos, que além das vistas de Natal, o autor contém em seu acervo paisagens de diferentes municípios do estado do Rio Grande do Norte, além de fotografias de eventos públicos e privados, sendo sua obra uma fonte importante para diversos campos de produção acadêmica.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **Nos destinos de fronteira: história, espaços e identidade regional**. Recife: Bagaço, 2008.

ALMEIDA, Marco Antonio Bettine. **Desenvolvimentismo e o lazer**. In: Revista Digital. Buenos Aires, Año 10, nº 87, Agosto de 2005. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd87/lazer.htm> Arquivo consultado em 27 de agosto de 2011.

ALVES, Teresa. Paisagem. **Em busca do lugar perdido**. Finisterra, XXXVI, 72, 2001, pp. 67-74.

ANDRADE, Alenuska Kelly Guimarães. **A eletricidade chega à cidade: inovação técnica e a vida urbana em Natal (1911-1940)**. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2009.

ANTUNES, Rogéria. **Desenvolvimento turístico: um olhar sobre as comunidades receptoras**, in RUSCHMANN, Doris van de Meene, SOLHA, Karina Toledo (orgs.) Planejamento Turístico. Barueri, São Paulo: Manole, 2006, p. 201-218.

ARAÚJO. Luciano Magnus de. **Visões da cidade: da cidade histórica aos bairros da Cidade Alta e Ribeira em Natal/RN**. Dissertação apresentada ao programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2003.

ARGAN, Giulio Carlo. **História da arte como história da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ARRAIS, Raimundo. **O pântano e o riacho: a formação do espaço público no Recife do século XIX**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2004.

_____. Da Natureza à Técnica: A capital do Rio Grande do Norte no início do século XX, In: FERREIRA, Ângela Lúcia & DANTAS, George (orgs). **Surge et ambula: a construção de uma cidade moderna**. Natal, RN: EDUFRN, 2006. p. 121-137.

_____. O mundo avança! Os caminhos do progresso na cidade de Natal no início do século XX. In BUENO, Almir de Carvalho. (org). **Revisitando a História do Rio Grande do Norte**. Natal, RN: EDUFRN, 2009. p. 159-192.

_____. **Crônicas de origem: a cidade de Natal nas crônicas cascudianas dos anos 20**. 2ª edição, Natal, RN: EDUFRN, 2011.

ARRAIS, Raimundo; ANDRADE, Alenuska; MARINHO, Márcia. **O corpo e a alma da cidade: Natal entre 1900 e 1930**. Natal: EDUFRN, 2008.

BAUDELAIRE, Charles. O público moderno e a fotografia: carta ao Sr. Diretor da Revue française sobre o Salão de 1859 [20/06/1859]. Tradução de Ronaldo Entler. In: **Retrato de uma face velada: Baudelaire e a fotografia**. Revista FACOM, nº 17. São Paulo: Faculdade de Comunicação da FAAP, 2007. Disponível em <http://www.entler.com.br/textos/ baudelaire2.html>

BARBOSA, Andréa; CUNHA, Edgar Teodoro da Cunha. **Antropologia e imagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2006.

BARROS, Mariana Gonçalves Monteiro. **Marc Ferrez e o Rio de Janeiro de seu tempo**. Tese (Doutorado em História Social da Cultura). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. 6ª edição, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BENJAMIN, Walter. Pequena História da Fotografia, in: **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Volume I. Tradução de Sérgio Paulo Rounet. Prefácio Jeanne Marie Gagnebin. 3ª edição. Editora: Brasiliense, 1987.

_____. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: GRÜNNEWALD, José Lino. **A ideia do cinema**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969. Acesso em 12 de julho de 2011. Disponível em <http://www.mariosantiago.net/Textos%20em%20PDF/A%20obra%20de%20arte%20na%20era%20da%20sua%20reprodutibilidade%20t%C3%A9cnica.pdf>, arquivo consultado em 24 de julho de 2012.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BOGNOR Postcards. Disponível em: <http://www.bognor-local-history.co.uk/article9.html>., arquivo consultado em 31 de agosto de 2011.

BOLLE, Willi. **Fisiognomia da metrópole moderna**: representação da história em Walter Benjamin. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.

BOONE, Silvana. Fotografia, memória e tecnologia. **Conexões: Comunicação e cultura**, Caxias do Sul, v.6, nº12, p. 13-19, julho, 2007.

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Baurú: EDUSC, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **A economia das trocas lingüísticas**: o que falar quer dizer. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

_____. **O poder simbólico**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 6ª ed, 2009.

CAPEL, Horácio. **Filosofia e ciência na geografia contemporânea**: uma introdução à geografia. Maringá: Massoni, 2004.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A (Re)Produção do Espaço Urbano**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CASCUDO, Luís da Câmara. **O Livro das velhas figuras**. Vol. 7. Natal: IHG-RN.

CASSIRER, Ernst. **A filosofia do Iluminismo**. Campinas, Editora da Unicamp, 1992.

CAVALCANTI, Keila Brandão. **Estado e política de turismo**: o caso da Via Costeira da Cidade de Natal. Dissertação de mestrado em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal: PPGA/UFRN.

CAVALCANTI NETO, Manuel de Oliveira. **Natal ontem e hoje**: Para não apagar de nossa memória; pessoas, fatos, artesanato, gastronomia e locais de nossa cidade. “001 a 110 Coisas que não poderemos esquecer”: Disponível em: < http://nataldeontem.blogspot.com.br/2008_08_01_archive.html >.

CERTEAU, Michel de. Práticas de espaço. In: _____. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2005. p. 167-217.

CHALHOUB, Sidney. **Trabalho, lar e botequim**: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da Belle Époque. 2ª. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2001.

CHARTIER, Roger. **História cultural**: entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Ed Bertrand, 1990.

CHIOZZOTTI, Antonio. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evoluções e desafios. Revista Portuguesa de Educação, 16(2), PP. 221-236. CIED – Universidade do Minho, 2003.

CLAVAL, Paul. **A geografia cultural**. 2ª ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2001.

CLAVAL, Paul. Campo e perspectivas da geografia cultural, In.: **Geografia Cultural**: um século (3). Rio de Janeiro: EDUERJ, 2002.

CLAVAL, Paul. A paisagem dos geógrafos. In: CORRÊA, Roberto Lobato. ROSENDAHL, Zeny (orgs). **Paisagem, textos e identidade**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2004.

COELHO, Maria Célia Nunes. Natureza e discurso ecoturístico na Amazônia. In: **Revista Território**; n.5, 1998.

CORBIN, Alain. **O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental**. São Paulo: Schwarcz, 1989.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Região e organização espacial**. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1995.

COSTA, Helouise; SILVA Renato Rodrigues da. **A fotografia moderna no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2002.

DALTOZO, José Carlos. **Cartão-Postal**: arte e magia. Presidente Prudente, SP: Gráfica Cipola, 2006.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Construção da imagem turística de Fortaleza/Ceará**. In Mercator - Revista de Geografia da UFC, ano 01, número 01, 2002.

DANTAS, Ana Caroline; ALMEIDA, Caliane; ROCHA JÚNIOR, Francisco; FARIAS Hélio; ARAÚJO, Aline. Uma cidade sem planos: gestão e ações públicas em Natal (1939-1967). In: FERREIRA, Ângela Lúcia & DANTAS, George (orgs). **Surge ET ambula**: a construção de uma cidade moderna. Natal, RN: EDUFRN, 2006, p. 257-282.

DANTAS, Manoel. Natal daqui a cinqüenta anos, In: EMERENCIANO, João Gothardo Dantas (org.). **Natal Não-há-tal**: aspectos da história da cidade do Natal. Prefeitura Municipal do Natal. Secretaria de Meio Ambiente e Urbanismo, 2007. p.75-95.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: Teorias e abordagens.** Porto Alegre: Artmed, 2006.

DOSSE, François. **A história à prova do tempo:** Da história em migalhas ao resgate do sentido. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios.** Campinas: Papyrus Editora, 1993.

EAGLETON, Terry. **Ideologia, uma introdução.** São Paulo: Editora UNESP. Editora Boitempo, 1997.

FERREIRA, Alexsandro. Uma Cidade Para o Futuro: O discurso do progresso na estruturação urbana de Natal, *In:* FERREIRA, Ângela Lúcia & DANTAS, George (orgs). **Surge ET ambula:** a construção de uma cidade moderna. Natal, RN: EDUFRN, 2006, p. 283-301.

FERREIRA, Angela Lúcia [et al.]. **Uma cidade sã e bela:** a trajetória do saneamento de Natal – 1850 a 1969. Natal: IAB/RN; CREA/RN. 2008.

FONSECA, Maria Aparecida Pontes. **Espaço, Políticas de Turismo e Competitividade.** Natal: EDUFRN, 2005.

_____. **Políticas Públicas de Turismo e Produção do Espaço:** a centralidade de Natal no espaço turístico potiguar. Revista Vivência. Natal/RN, n.29, p.225-238, 2005.

_____. **Tendências atuais do turismo potiguar:** internacionalização e a interiorização. Maio 2007. Departamento de Geografia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2007.

FONSECA, Maria Aparecida Pontes; TAVEIRA, Marcelo da Silva. **O Modelo Turístico Potiguar e seus Efeitos Sócioespaciais nas Comunidades Litorâneas.** VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP, 2009.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** 5ª edição. São Paulo:Loyola, 1999.

FRANCASTEL, Pierre. **A realidade figurativa:** elementos estruturais de sociologia da arte, São Paulo, Perspectiva, 1982.

FRANCISCO, José. **Da paisagem natural a paisagem transformada:** o conceito da desconstrução para uma interpretação da produção do espaço. *In:* vivência. UFRN/CCHLA. Natal, n. 33, 169-186, 2008.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. **A Dimensão Espacial nas Políticas Públicas Brasileiras de Turismo:** as possibilidades das redes regionais de turismo. 2008. 310f. Tese de Doutorado em Geografia- Instituto de Geociências - Departamento de Geografia. Universidade Federal Fluminense, 2008.

FURTADO, Edna Maria. **A onda do turismo na cidade do sol:** A reconfiguração urbana de Natal. Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2005.

GALDINO, L. **A divina comédia,** de Dante Alighieri. São Paulo: Escala Educacional, 2006. – (Série reviver).

GASTAL, Susana. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

_____. Da paisagem natural à paisagem cultural, um percurso de presença-ausência da natureza. **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom/Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.

GERODETTI, João Emílio e CORNEJO, Carlos. **Lembranças do Brasil: As capitais Brasileiras nos cartões-postais e álbuns de lembranças**. São Paulo: Solaris Edições Culturais, 2004.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 2001.

GOMBRICH, Ernst Hans Josef. **A História da Arte**. 16ª edição. Tradução. Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

GODOLPHIM, Nuno. **A fotografia como recurso narrativo: problemas sobre a apropriação da imagem enquanto mensagem antropológica**. In Horizontes Antropológicos, ano I, nº 2, 1995. P. 161-185.

GOMES, Carlos Roberto de Miranda. **O velho imigrante: Il Vecchio Immigrante**. Natal: Editora Sebo Vermelho/ UBE, 2012.

GOTTDIENER, Mark. **A Produção Social do Espaço Urbano**. 2ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2010.

GUNTHER, André. Le complexe de Gradiva. Théorie de La photographie, deuil et résurrection. In.: **Études photographiques**, nº 2, mai 1997, p. 115-128. Disponível em <http://www.lhivic.org/travaux/articles/EP2Gradiva.pdf>

HAMILTON, Susana. **Os conceitos de Campo e *habitus* na obra de Pierre Bourdieu**. In Veritati- Revista da UCSal, Volume II, nº 3, 2002. p. 223-232.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

_____. **A produção do espaço capitalista**. São Paulo: Annablume, 2005.

HARDMAN, Francisco Foot. **Trem-fantasma: A ferrovia Madeira-Mamoré e a modernidade na selva**. 2ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. 2ª edição. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

_____. **Hercules Florence, a descoberta isolada da fotografia no Brasil**. 3ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

_____. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 4ª edição. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

LA BLACHE, Paul Vidal de. **Principes de Geographie Humaine**. Publiés d'après les manuscrits de l'Auteur por Emmanuel de Martonne. 5 Édition. Libraire Armand Colin. 103, Boulevard Saint – Michel, Paris, 1955.

LEGGAT, Robert. **A History of Photography**: from its beginnings till the 1920s. Los Angeles times, 1997. Disponível em: http://lnx.phototeka.it/documenti/Cenni_storici_fotografia.pdf

LEPETIT, Bernard. **La ville**: cadre, objet, sujet. Vingt ans de recherches françaises en histoire urbaine. Tradução do Prof. Dr. Raimundo Pereira Alencar Arrais. In: La Ville des Sciences Sociales. N° 4 (p.11-34).

LIMA, Pedro de. **O mito da fundação de Natal e a construção da cidade moderna segundo Manoel Dantas**. Natal: Sebo vermelho, 2000.

_____. **Natal século XX**: do urbanismo ao planejamento urbano. Natal: EDUFRN, 2001.

_____. **Luís da Câmara Cascudo e a questão urbana em Natal**. Natal: EDUFRN, 2006.

_____. **Rumo à estação progresso**: mito e construção da cidade moderna. Natal: Edição do Autor, 2010.

LOPES JUNIOR, Edmilson. **A construção social da cidade do prazer**: Natal. Natal: EDUFRN, 2000.

MARINHO, Márcia Maria Fonseca. **Natal também civiliza-se**: sociabilidade, lazer e esporte na *Belle Époque* Natalense (1900-1930). Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2008.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. Lisboa: Dinalivro, 2005.

MARTINS, Heloisa Helena T. de Souza. **Metodologia qualitativa de pesquisa**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.30, n.2, p. 289-300, maio/ago. 2004.

MARTINS, José de Souza. **Sociologia da fotografia e da imagem**. São Paulo: Contexto, 2009.

MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975. Cap. I: A mercadoria. p. 41-93. Livro I, Vols. 1.

MAUAD, Ana Maria. **Poses e flagrantes**. Ensaios sobre história e fotografias. Rio de Janeiro: EDUFF, 2008.

_____. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. **Anais do Museu Paulista**. São Paulo, n. sér. v. 13. n. 1. p. 133-174, jan.- jun. 2005.

MEDEIROS, Gênisson Costa de. **Fotografias e paisagens da modernidade**: Currais Novos/RN de 1950-1990. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2010.

MELO, Alexandra Consulin Seabra de. **Yes! Nós temos arquitetura moderna: reconstrução e análise da arquitetura residencial Moderna em Natal nos anos 50 e 60**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2007.

MÉLO, Evaneide Maria de. **Paisagem em foco: leituras fotográficas de Jardim do Seridó**, RN: EDUFRN, 2009.

MELO, Vera Mayrinck. A paisagem sob a perspectiva das novas abordagens geográficas. **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina** – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**, vol. 23, n. 45, São Paulo: ANPUH/HUMANITAS, julho de 2003 [2003a].

_____. A fotografia como documento. Robert Capa e o miliciano abatido na Espanha: sugestões para um estudo histórico. **Tempo**. Revista do Departamento de História da UFF. Niterói, v. 7, n. 14, p. 131-142, 2003 [2003b].

_____. A paisagem como fato cultural, *In*: YÁZIGI, Eduardo (org). **Turismo e paisagem**. São Paulo, SP: Contexto, 2002, p. 29-64.

MIRANDA, João Maurício Fernandes de. **380 anos de história foto – gráfica da cidade de Natal 1599 – 1979**. Natal, UFRN. ed. Universitária, 1981.

MONBEIG, Pierre. **Ensaio da geografia humana brasileira**. São Paulo: Livraria Martins, 1940.

MONTEIRO, Salvador; KAZ, Leonel. **Expedição Langsdorff ao Brasil, 1821-1829**: Rugendas, Taunay, Florence. Rio de Janeiro: Alumbamento: Livroarte, 1998.

NAME, Leo. O conceito de paisagem na geografia e sua relação com o conceito de cultura. **Geotextos**, Revista do Programa de Pós Graduação em Geografia da UFBA, v. 6, n. 2, dezembro, 2010, p. 163-186.

NAXARA, Márcia Regina Capelari. **Cientificismo e sensibilidade romântica**: em busca de um sentido explicativo para o Brasil no século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas Artes**. Visuais. São Paulo: Editora. Perspectiva, 1991.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **O que é turismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010. (Coleção primeiros passos, 341).

_____. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PANOSSO NETTO, Alexandre; LOHMANN, Guilherme. **Teoria do Turismo**: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Editora Aleph, 2008. (série turismo).

PAULA, Silas de; MARQUES, Kadma. **A imagem fotográfica como objeto da sociologia da arte**. Revista de Ciências Sociais, vol. 41, n. 1, Ceará: Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2010. Disponível em: <http://www.rcs.ufc.br/edicoes/v41n1/rcs_v41n1a2.pdf>, arquivo consultado em 10 de julho de 2011.

PENSAVENTO, Sandra Jahyti. **Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias**. *In*: Revista Brasileira de História, vol. 27, nº 53, junho de 2007.

PERROTTA, Isabella. **Desenhando um paraíso tropical: a construção do Rio de Janeiro como um destino turístico**. Tese (Doutorado em História, política e bens culturais) – Fundação Getúlio Vargas. Natal, 2011.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil**. São Paulo: Editora Manole, 2001.

PIRES, Paulo dos Santos. Paisagem Litorânea de Santa Catarina como recurso turístico. In YAZIGI, Eduardo (org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999.

PHOTOGRAPHY COLLECTION. **The First Photograph**. Harry Ransom Center, The University of Texas at Austin. Disponível: <http://www.hrc.utexas.edu/exhibitions/permanent/wfp/> visitado em 27 de junho de 2012.

REVISTA LIFE. *100 Photographs that Changed the World.*, Nova Iorque, setembro, 2003. Disponível em: <http://digitaljournalist.org/issue0309/lm21.html>

REVISTA PREÁ – Revista de Cultura. **Natal pelas lentes de Jaeci**. Natal/RN – nº 8, setembro, 2004. p. 7-12.

REVISTA RN ECONÔMICO. Matéria extraída da sessão – Vocação Turística. **A vocação turística de Natal continua em seu Plano Diretor**. N.º 2, 16 a 30 de novembro de 1969, p.7 – 9.

RODRIGUES, Adyr. Balestrery. Território, patrimônio e turismo com base local- uma relação inequívoca. In SEABRA, G. (Org.). **Turismo de base local: identidade cultural e desenvolvimento regional**. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2007.

RODRIGUES, Arlete Moysés. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloísa Turni; LUCHIARI, Maria Tereza (orgs). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2000.

SANTOS, Douglas. **A reinvenção do espaço: diálogos em torno do significado de uma categoria**. São Paulo: Ed. da UNESP, 2002.

SANTOS, Figueiredo. **Turismo mosaico de sonhos: incursões sociológicas pela cultura turística**. Lisboa: Colibri, 2002.

SANTOS FILHO, João dos. **Ditadura militar utilizou a EMBRATUR para tentar ocultar a repressão, a tortura e o assassinato**. In: Revista Espaço Acadêmico, nº84, maio de 2008a.

_____. **As relações de produção na Inglaterra criaram Thomas Cook**. In: Revista Espaço Acadêmico, nº 88, setembro de 2008b.

SANTOS. Milton. **Metamorfose do espaço habitado, fundamento teórico e metodológico da geografia**. Hucitec. São Paulo, 1998.

SANTOS, Renato Marinho Brandão. **A gestão da cidade: o papel da intendência municipal na construção de uma Natal moderna (1890- 1930)**. In: Revista Espacialidades, vol 2, nº1, 2009.

SAUER, Carl Ortwin. **La morfologia del paisaje**. In: University of California Publications in Geography. Vol. 2, nº 2, outubro, 1925, pp. 19-53. Tradução de Guillermo Castro H. Recebido por Revista Académica Universidad Bolivariana, nº 15, 2006. Disponível em: <http://www.revistapolis.cl/15/sau.htm>, arquivo consultado em 12 de junho de 2012.

SCHAMA, Simon. **Paisagem e Memória**. Tradução Hildegarda Feist. – São Paulo: Companhia das letras, 1996.

SÉRGIO, Giovanni. Conhecendo a nossa história. In: ENCONTRO FOTORIOGRAFIA DO NORTE, Associação Potiguar de Fotografia. 18 de agosto de 2012, no auditório do IFRN, Cidade Alta, Natal, RN.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu** : uma leitura contemporânea. In Revista Brasileira de Educação. São Paulo, nº 20, agosto, 2002, p. 60-70.

SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu extático na metrópole**: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SILVA, Maria da Glória Lanci da. **Cidades Turísticas**: identidades e cenários de lazer. São Paulo: Aleph, 2004.

SIMMEL, George. **A Filosofia da Paisagem**. Tradução Artur Morão. Coleção Textos Clássicos da Filosofia. Covilhã: Universidade da Beira Interior. 2009. Disponível em: <http://www.lusosofia.net/textos/simmel_georg_filosofia_da_paisagem.pdf>, arquivo consultado em 16 de junho de 2012.

SMITH JUNIOR, Clyde. **Trampolim para a vitória: os americanos em Natal-RN/Brasil durante a Segunda Guerra Mundial**. Natal: UFRN/Ed. Universitária, 1992.

SONTAG, Susan. **Sobre La fotografia**. Tradução Carlos Gardini. – México: Santillana Ediciones Generales, S.L., 2006.

SOUZA, Itamar de. **Nova História de Natal**. Natal: Departamento Estadual de Imprensa, 2008.

TAVARES, Frederico Augusto Luna. **Nos tempos dos brotos**: Juventude e divisão em Petrópolis e no Tirol (1945 -1960). Dissertação de mestrado apresentada ao programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2011.

TORQUATO, Arthur Luis de Oliveira. **O plantador de cidades e a criação do espaço moderno**: construção de uma Natal moderna na administração Sylvio Pedroza. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (1946-1950), 2011.

URRY, John. **O olhar do turista**. São Paulo: Nobel: Sesc, 1999.

VASQUEZ, Pedro Karp. **Postaes do Brasil**:1893 – 1930. São Paulo: Metalivros, 2002.

ANEXOS 01

Cartões-postais do Capítulo 3: “A fotografia nos cartões-postais”



Exemplar alemão de cartão-postal de 1931, em homenagem ao centenário de nascimento de Heinrich Von Stephan. Fonte: Vasquez, 2002 (1).



Cartão-postal austríaco *correspondez-karte*, primeiro cartão-postal da história. Fonte: Vasquez, 2002 (2).



Cartão-postal *Gruss aus Berlin*, modelo cromolitografado. Postado em 30 de janeiro de 1903. A imagem utilizava o centro do postal, deixando pouco espaço para a mensagem. Fonte: acervo virtual de Striderv; *Germany Postcards* (3)



Cartão-postal Monte Petrópolis, 1911: Local que já foi a Vila Severo, o Hospital Justino Barreto, Miguel Couto e Hoje é o hospital das Clínicas, era composto pelas instalações do Café Petrópolis e do bonde elétrico que se inaugurava (4)



Cartão-postal da Praça André de Albuquerque, aprox. 1911. Coreto central, postes, fios e bonde anunciando o progresso em Natal. Fotógrafo desconhecido. Fonte: Jaeci Emerenciano. DVD Natal de Ontem (5)



Cartão-postal da Praça Leão XIII editado por Raimundo Dourado, entre 1915-1918, que mantinha uma papelaria na Rua Dr. Barata, Bairro Ribeira. Fonte: Jaeci Emerenciano. DVD Natal de Ontem.(6)



Cartão-postal da Loja Rosa dos Alpes, em Natal, 1912. Oferecido aos funcionários e amigos da loja localizada na esquina do Beco da Lama (Rua Dr. José Ivo). Modo de divulgação dos comércios e indústrias. Fonte: Jaeci Emerenciano. DVD Natal de Ontem (7)



Cartão-postal da Rua Doutor Barata, sentido Pça. Augusto Severo, à direita a antiga agência do Banco do Natal, que por volta dos anos 1920 abrigou a livraria Cosmopolita. Era o local do comércio elitista da cidade, do Hotel Internacional e da Loja Rainha da Moda. Fonte: Miranda, 1981 (8)

ANEXOS 02

Fragmentos da Pesquisa de Campo



Autoretrato de Jaeci Galvão. Acervo de Jaeci Júnior.



Início do trabalho de campo: Dedicção a aulas de fotografia. Em Seattle-WA/ EUA, outubro de 2011. Registro de Sylvana Marques durante o curso.



Aulas de digital e analógica com o professor de fotografia Von McKenelly. Outubro, 2011.



Participação em cursos sobre fotografia. Centro de Convenções de Lynwood-WA EUA, 06 de novembro de 2011.



Em campo: curso sobre o Olhar do Fotógrafo. Centro de Convenções de Lynwood-WA/ EUA, 06 de novembro de 2011.



Um dos encontros com o pesquisado: Sylvana Marques e Jaeci Galvão em atual residência no bairro de Ponta Negra, Natal. O registro de Jaeci Emerenciano Galvão Júnior, em 15 de abril de 2012, 16 horas e 45 minutos.



Jaeci Galvão com o filho Jaeci Júnior as netas e a bisneta. Registro de Sylvana Marques durante reunião familiar para a pesquisa de campo, em 15 de abril de 2012.



Durante a visita realizada na residência de Jaeci Galvão observamos fragmentos da sua história profissional espalhada por vários espaços da casa. O registro fotográfico foi feito no dia 01 de junho de 2012, às 15 horas e 19 minutos.



Quadros espalhados na parede da garagem detalham alguns registros da trajetória profissional de Jaeci Galvão. Registro fotográfico foi feito no decorrer da pesquisa de campo no dia 01 de junho de 2012, às 15 horas e 25 minutos.



Em uma das visitas ao acervo do fotógrafo Jaeci Júnior, 02 de maio de 2012.



Visita ao acervo de cartões-postais do colecionador e também fotógrafo de cartões-postais Esdras Rebouças Nobre. Em 10 de março de 2012, às 09 horas e 51 minutos.



Encontro para diálogos com os colecionadores de cartões-postais de Natal: Esdras Rebouças Nobre e André Madureira. Trabalho de campo em 10 de março de 2012. Registro de Sylvana Marques.



Jaeci Galvão, a esposa Loinha Gurgel Santos Galvão e os filhos George, Geórgia, Júnior e Patrícia. Praia de Ponta Negra, em 1962. Fotografia do Acervo do fotógrafo Jaeci Júnior.



Os Concursos de Misses no RN nas décadas de 1950,60 e 70 foram registrados por Jaeci. Nessa foto sua cunhada Socorro Gurgel, irmã de Loinha, foi a eleita. Foto de 1957, acervo de Jaeci Júnior.



Studio Jaeci, década de 1960: Loinha Gurgel na loja da Av. Rio Branco, além de espaço fotográfico comercializavam discos *Long Play*, sucesso em Natal. Fotografia do acervo de Jaeci Júnior.



Um dos carros de trabalho do Jaeci, década de 1960, já em frente a Rua João Pessoa no centro da cidade. Acervo Jaeci Júnior.



Casa de Jaeci Galvão que foi construída no início da década de 1960, na Rua Afonso Pena, Bairro do Tirol em Natal. Arquetetada pelo amigo João Maurício Miranda. Acervo Jaeci Júnior.



Jaeci Galvão em seu carro de trabalho, outubro de 1971. Fotografia do acervo de Jaeci Júnior



Protetor de retratos 3x4. Exemplar da loja da Avenida Rio Branco com João Pessoa. Acervo de Jaeci Júnior