

A cultura visual além da imagem: fontes escritas e orais na compreensão da cultura visual.

Vivian Wolf Krauss

Museu Paulista da Universidade de São Paulo (MP-USP)
Departamento de Pós-Graduação em História Social (FFLCH-USP)

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)

Resumo

Nosso trabalho discute a metodologia de pesquisa em cultura visual, enfatizando questões relativas à escolha do *corpus* documental e do objeto de pesquisa. No caso da presente pesquisa, cujo foco é a produção fotográfica paulistana em meados do século XX, além das séries de imagens, as fontes escritas e orais são fundamentais para a compreensão da formação da cultura visual, uma vez que o objeto não consiste na imagem em si, mas na sociedade que a produziu.

Primeiramente, esclarecemos o conceito de visual e as estratégias metodológicas que o têm como pressuposto, referenciadas por estudos clássicos no campo da cultura visual. Em seguida, apresentamos os primeiros resultados da pesquisa em andamento relativa à formação do campo fotográfico na cidade de São Paulo na década de 1940 a partir do levantamento e distribuição dos estúdios fotográficos paulistas na década de 1940, realizado com base nos dados coletados de periódicos e do antigo Departamento Estadual de Estatística do Estado de São Paulo (DEE). Por fim, procuramos tratar em conjunto a metodologia e a documentação levantada, demonstrando a necessidade e a conveniência da utilização de fontes não visuais para a compreensão do visual.

A cultura visual além da imagem: fontes escritas e orais na compreensão da cultura visual.

(...) estudar exclusiva ou preponderantemente fontes visuais corre sempre o risco de alimentar uma “História Iconográfica”, de fôlego curto e de interesse antes de mais nada documental. Não são pois documentos os objetos da pesquisa, mas instrumentos dela: o objeto é sempre a sociedade.¹

Em exaustivo balanço bibliográfico publicado em 2003, Meneses identificou os principais caminhos percorridos pela Sociologia, Antropologia e História da Arte nas discussões sobre a dimensão visual das relações sociais. Confrontando a produção bibliográfica dessas três disciplinas com a produzida no campo da História, ele afirma que esta continua à margem das demais no que se refere não só ao tratamento de fontes visuais, mas também à problemática básica da visualidade².

Oito anos após a publicação deste artigo, ainda são poucos os trabalhos no domínio da História cujas problemáticas sejam a dimensão visual das relações sociais ou a dinâmica de produção, circulação, consumo e ação das imagens. Em geral, ainda privilegia-se a função básica ilustrativa que lhe foi atribuída no início do século XX³, prevalecendo o uso da imagem como instrumento de ênfase ou confirmação de discursos baseados em fontes escritas.

Embora haja trabalhos significativo, ainda não há elementos na bibliografia sobre a cidade de São Paulo para se produzir uma investigação histórica sobre o visual e a visualidade, nem sobre a materialidade da imagem ou sobre sua função instituidora de práticas sociais.

Alfred Gell atentou para a ação das imagens na sociedade em seu livro póstumo *Art and Agency*. Mais do que “registros” de fatos, ou “reflexos” da cultura, as imagens são *objetos* que ao mesmo tempo resultam da interação social e delas são instrumento⁴. Sem estes objetos as formas de interação entre pessoas e grupos possuiriam características diferentes das que apresentam.

Gell adiciona à tríade produção-circulação-consumo o quarto elemento que chama de ação. As imagens não apenas são apropriadas pelos observadores, mas provocam ações concretas no ambiente social. Como antropólogo, Gell preocupa-se em identificar a interação que acontece entre o observador e o objeto observado. Esta relação para ele é objeto da teoria antropológica da arte, uma vez que a sociologia da arte e a história ocupar-se-iam das dimensões institucional e social da arte.

Entretanto, mesmo escolhendo como objeto a relação observador/observado, Gell tem consciência do caráter socialmente construído desta operação/fruição. Segundo ele, a antropologia da arte deveria tentar recapturar o “modo de ver” que os artistas de um determinado sistema cultural assumiam implicitamente que o público mobilizaria na fruição de suas obras⁵.

A idéia de que existe um “modo de ver” específico de uma cultura deriva diretamente do trabalho seminal de Michael Baxandall, publicado nos anos 1970 e que influenciou todas as demais áreas das ciências humanas que se dedicam ao estudo do visual.

Baxandall definiu a “cultura visual” (em que estaria inserido o “modo de ver” de cada período histórico) como o conjunto de habilidades e capacidades cognitivas adquiridas no cotidiano que organizam a experiência visual. A vantagem deste conceito é que permite apreender as variações e transformações tanto dos estilos picturais quanto das capacidades cognitivas ao longo dos diferentes períodos históricos. Segundo Baxandall, por exemplo, o olhar do *Quattrocento* possuía inúmeras especificidades em relação aos demais.

Para definir estas especificidades, Baxandall utiliza como documentos cartas e contratos entre encomendantes e pintores; manuais escolares; dicionários; sermões; vidas de santos; escritos de críticos, humanistas e pintores; danças de caráter dramático; peças de teatro; livros; quadros; afrescos; gravuras⁶. Todos estes elementos faziam parte da experiência cotidiana dos homens florentinos durante a Renascença, moldando a capacidade cognitiva de que dispunham observadores comuns ao se depararem com uma imagem pictórica.

Esta capacidade cognitiva lavrada no cotidiano não consiste em um conhecimento específico do campo da pintura, mas nos conhecimentos disponíveis para o indivíduo médio, que segundo Baxandall, freqüentava um ciclo escolar básico e trabalhava – no contexto específico da Florença renascentista – em atividades ligadas ao comércio.

Sua abordagem historiciza as formas de percepção visual, mostrando que a experiência de uma pintura no século XV não se limitava à pintura que se vê hoje, mas era uma combinação entre a pintura e os processos de visualização que o observador tinha anteriormente operado em seu cotidiano, provocando fruições estéticas que são, elas também, historicamente datadas. Segundo Baxandall, na fruição de uma pintura o observador mobiliza as capacidades cognitivas de que dispõe, sendo pouquíssimas delas específicas à pintura, o que o leva a usar as capacidades que sua sociedade mais valoriza. O pintor, por seu turno, é sensível a tudo isso e deve se apoiar na capacidade visual de seu público. Sendo as capacidades valorizadas pela sociedade o denominador comum que faz com que a produção pictórica possua um efeito

sobre o observador, são estes valores que se tornam o objeto central de pesquisa da nova história da arte.

A formulação do conceito de cultura visual por Baxandall abriu caminho para a utilização de fontes de tipologias diversas para a compreensão destas capacidades socialmente valorizadas. Enrico Castelnuovo, Carlo Ginzburg e Svetlana Alpers⁷ estabeleceram um padrão na utilização de fontes não-visuais para a compreensão da produção artística. Tomando como documentos os contratos de encomendas, os documentos pessoais de artistas, as correspondências entre mecenas, os manuais de educação básica, as tabelas de preços de pigmentos, etc., aprofundaram a compreensão e ampliaram a utilização do conceito de cultura visual para além do período do *Quattrocento e Cinquecento*.

O trabalho de Svetlana Alpers, por exemplo, coloca sob a ótica revisionista a biografia de Rembrandt. Através dos documentos de arquivo disponíveis Alpers circunscreve a forma de atuação do ateliê do mestre holandês demonstrando que, diferentemente do que a tradicional História da Arte e do que o próprio Rembrandt tenham formulado a respeito da biografia do pintor, este não foi um gênio recluso e isolado, mas o ativo chefe de um ateliê de pintura que possuía uma intensa dinâmica de produção.

Suas pinturas eram mercadorias em circulação no livre-mercado holandês; muitas vezes, assumiam a condição de notas promissórias das dívidas do pintor, que circulavam entre seus credores da mesma forma que quaisquer outros títulos. A originalidade da forma como Rembrandt oferecia suas obras/mercadorias, agregando valor ao objeto único (marcado pelo estilo Rembrandt) produzido por seu ateliê garantiu a permanência de Rembrandt no concorrido mercado de pinturas holandês marcado até então pela existência do mecenato e da venda de pinturas avulsas a preços populares.

O que Rembrandt operou foi a valorização de sua mercadoria no contexto do livre mercado holandês, conquistando assim sua liberdade em relação aos mecenas e à vida cortesã. Adaptando o vocabulário de Baxandall à obra de Alpers, podemos dizer que a atuação de Rembrandt foi bem sucedida pois operou no ramo da arte mobilizando as capacidades que a sociedade holandesa do século XVII mais valorizava: a de jogar o jogo da especulação financeira, presente em praticamente todos os seus ramos de trocas comerciais.

A solução encontrada por Alpers para as idiossincrasias e especificidades da biografia e da produção de Rembrandt partiu da análise da prática de seu ateliê, baseada nos documentos de arquivo, nas memórias legadas por seus discípulos e nas críticas feitas ao pintor por outros artistas do século XVII⁸.

Essa necessária dependência com relação às fontes aproxima a abordagem da nova história da arte da metodologia da pesquisa em história. Não por acaso Carlo Ginzburg dedicará a mesma metodologia de pesquisa para o estudo da história da cultura e a uma análise mais específica das obras de Ticiano.

Em *O queijo e os vermes*⁹ o autor escolheu como fontes os autos do processo de Inquisição de um moleiro friulano conhecido como Menocchio. Ginzburg consegue identificar neles os contatos e eventos que permitiram ao moleiro ter acesso a diversos tipos de literatura: livros de viagem, poemas, vidas de santos, a Bíblia em vulgar etc.¹⁰

Comparando o conteúdo dos livros com a cosmogonia e as concepções religiosas de Menocchio relatadas nas respostas do acusado às questões dos inquisidores, o autor faz emergir dessa reelaboração singular dos textos uma tradição oral camponesa antiquíssima, aparentemente perdida. Mostra também as semelhanças entre essas concepções de mundo transmitidas de forma oral e as teorias científicas que afluíam no XVI, recolocando a questão da cultura em termos bakhtinianos de circularidade.

Esse resgate só foi possível graças ao trabalho paciente de levantamento, seleção e leitura crítica das fontes. Somente o contato com documentos pode encaminhar de forma consistente questões tratadas muitas vezes de maneira abstrata, subjetiva e conjectural como a das trocas e migrações culturais:

*Os meios são históricos, identificáveis ou conjecturáveis de modo plausível: os homens, mulheres, livros e documentos de arquivo que falam de homens e de mulheres.*¹¹

É através destes meios históricos e identificáveis característicos do trabalho do historiador que Ginzburg se aproxima da história da arte, ao questionar a abordagem iconológica de algumas obras de Ticiano. Através de uma análise iconológica do *Rapto de Europa*, por exemplo, M. L. Shapiro e E. Panofsky insistiram na origem clássica da “fonte” deste quadro – Panofsky, por um lado, falava de uma relação excepcionalmente profunda de Ticiano com Ovídio¹²; e Shapiro, por outro, postulava a existência de uma elaborada rede símbolos ligados ao estoicismo que remetia o *Rapto* de Ticiano a uma ode de Homero¹³.

Através de cartas, dedicatórias de livros e críticas da época às obras de Ticiano¹⁴, Ginzburg concluiu que o artista não lia nem grego nem latim, o que o impossibilitava de recorrer a Ovídio ou a Horácio. Aquilo a que Ticiano teve acesso para a elaboração de seu *Rapto de Europa* teria sido, na verdade, uma vulgarização de um romance alexandrino¹⁵.

No caso de outra obra de Ticiano, *Perseu e Andromeda*, o contato do autor com as vulgarizações em circulação no século XVI também teria sido fundamental. Uma análise das ilustrações da vulgarização *Le Methamorphosi*, de Nicolò degli Agostini, permitem a Ginzburg afirmar que Ticiano se inspirou não apenas no texto da vulgarização, mas também nas figuras que o acompanhavam para a elaboração do quadro¹⁶.

Esta constatação traz à tona a complexidade do jogo de interações entre diferentes circuitos culturais: torna claras as mediações que promovem a interpenetração entre diferentes circuitos sociais de difusão de imagens. Mediações estas que operam em vias de mão dupla, uma vez que o repertório clássico fora adaptado para a linguagem vernacular e tornado disponível para um público amplo e que, por sua vez, as gravuras destinadas a um público amplo, como eram as ilustrações das edições vernaculares, inspiraram a produção de quadros destinados a um público restrito.

Como pode-se perceber, recuperar a cultura visual específica de um período (ou de uma cultura) requer sempre o embasamento documental que vai além das imagens, pois estas por si só são incapazes de fornecer os elementos que permitam apreender a dimensão visual da sociedade.

Utilizamos aqui o conceito de *visual* como definido por Meneses no artigo *Rumo a uma história visual*¹⁷. O autor decompõe a problemática da visualidade em três feixes de questões relativas ao *visual*, ao *visível* e à *visão*. A *visão* abrange as diversas formas de ver que se constituíram em diferentes épocas e sociedades; neste campo atenta-se, sobretudo, a não universalidade da experiência visual, dando relevo à historicidade do processo de visualização; seria o equivalente ao trabalho de reconstituição da cultura visual realizado por Baxandall no campo da história da arte.

As questões relativas ao visível concernem ao domínio do poder e do controle sobre a constituição do visível e do não visível, do ser visto e do não o ser, dos elementos a serem obrigatoriamente vistos e, por seu turno, daqueles obrigatoriamente ocultos, nas palavras de Meneses, “nos critérios normativos de ostensão ou discrição”. Incluem-se aqui os estudos sobre “regimes escópicos”, a espetacularização da sociedade e o oclocentrismo.

Já o *visual*, campo com do qual se ocupa nossa pesquisa, refere-se à identificação dos sistemas de comunicação visual, dos suportes institucionais que asseguram a existência dos sistemas visuais (como a escola, os museus, o cinema, o mercado, por exemplo). Trata-se, enfim, de localizar as condições técnicas, sociais, institucionais e culturais que possibilitaram a produção, circulação, consumo e ação das imagens de referência – aquelas consideradas “emblemáticas”, identitárias – de uma sociedade.

O estudo deste feixe de questões já possui alguma bibliografia que podemos tomar como referência para nossa pesquisa sobre o visual na cidade de São Paulo. No caso paulista a bibliografia existente situa-se num recorte cronológico que vai do século XIX até o início do XX. Para o estudo do visual neste período contamos com o trabalho de Mendes e Goulart que, a partir de anúncios em periódicos, realizaram um levantamento dos estúdios fotográficos existentes na cidade e de informações valiosas como as técnicas praticadas e os endereços dos estabelecimentos¹⁸.

No entanto, para o século XX os principais trabalhos desenvolvidos focalizam o fotojornalismo e o fotoclubismo.

Sobre este último, a pesquisa de Helouise Costa e Renato Rodrigues da Silva, publicada em *A fotografia moderna no Brasil*¹⁹, levantou e analisou a produção fotográfica do Foto Cine Clube Bandeirante e a formação do que ficou conhecido como a “Escola Paulista” de fotografia, responsável pela ruptura com o pictorialismo a partir da década de 1950 e pela abertura do universo fotoclubista às experiências estéticas modernas. Analisaram também os efeitos do fenômeno editorial do fotojornalismo e da expansão da fotografia publicitária sobre a prática fotoamadora, que sofreu notável declínio após a década de 1960.

Aprofundando-se na questão do fotojornalismo como forma de constituição do visível em meados do século XX no Brasil, Costa levantou e analisou a produção da revista *O Cruzeiro*, destacando as transformações editoriais pelas quais a revista passou desde sua fundação em 1928. A autora incorporou aqueles problemas da ordem material da produção da imagem da qual falavam Gell e Meneses. Segundo Costa, apesar de o ano de surgimento da revista *O Cruzeiro* coincidir com o da revista ilustrada francesa *Vu*, o modelo editorial fotojornalístico não se estabelece no Brasil, mantendo-se o padrão de narrativa visual formulado no século XIX com poucas modificações até a grande reformulação editorial da revista em 1943.

Sua pesquisa rompe com o pressuposto de que os avanços tecnológicos disponíveis são condição suficiente para o desenvolvimento de novas linguagens visuais ao relevar que máquinas fotográficas de pequeno porte eram comercializadas no Brasil desde 1931 e que a revista *O Cruzeiro* contava nesse mesmo ano com uma prensa em rotogravura de última geração importada da Alemanha²⁰.

Costa afirma que outros fatores, ligados ao lapso democrático ocorrido no país entre 1940 e 1950, foram responsáveis pelo desenvolvimento da linguagem fotojornalística no Brasil. Nas palavras da autora,

Moldava-se um quadro propício para a conformação de uma cultura de massa: urbanização acelerada, formação de públicos de massa e aumento das necessidades de lazer nos grandes centros. A década de 1940 vê aumentar o nível de alfabetização da população urbana, bem como o seu poder aquisitivo, em função da industrialização²¹.

Neste contexto, a revista aproveita a mão de obra de fotógrafos estrangeiros com experiência na linguagem fotojornalística para promover a reformulação editorial que transformará *O Cruzeiro* em um dos maiores fenômenos editoriais do país, apoiado numa rede de distribuição eficiente e inédita²². Nesta década crescem também, segundo Costa, os anúncios publicitários veiculados na revista – crescimento tanto quantitativo quanto qualitativo²³.

Embora não fique claro o conteúdo desta melhoria “qualitativa” dos anúncios publicitários, supomos que ela se refira à utilização de imagens fotográficas em peças publicitárias, característica pela qual a década de 1940 é reconhecida pela história da publicidade no Brasil²⁴.

Esta produção fotográfica não era tarefa dos fotógrafos empregados pelo fotojornalismo, cuja prática tem sido estudada por diversos autores²⁵. A atividade dos fotógrafos profissionais que alimentavam esta e outras “melhorias qualitativas” da cultura visual paulista permanece à margem dos estudos sobre o visual em São Paulo.

Embora o cuidado com a localização e conservação de fotografias venha aumentando gradativamente desde a década de 1980 no âmbito dos arquivos, museus, centros de memória e documentação²⁶, raramente este impulso de conservação foi estendido à preservação dos contextos de produção das imagens. Como afirma Lima²⁷, a pouca atenção dispensada ao universo do trabalho impõe dificuldades à compreensão das condições que garantiram a consolidação da cultura visual contemporânea na cidade de São Paulo.

Diante deste quadro, delimitamos como nosso objeto de pesquisa a atividade destes profissionais e escolhemos como metodologia uma abordagem tríplice: primeiro, optamos por iniciar a pesquisa com um levantamento dos estúdios fotográficos existentes na cidade de São Paulo a partir da década de 1940, com o objetivo de traçar um panorama das atividades fotográficas na capital paulista. Em seguida, tendo em mãos este panorama dos estabelecimentos fotográficos paulistas, propusemos como segundo passo estabelecer as interações entre estes profissionais, recuperar tanto quanto possível a dinâmica profissional que os aproximava ou distanciava. E por fim, uma vez verificadas as interações entre estes profissionais, nos deteremos na análise do funcionamento de um estúdio fotográfico.

A primeira parte desta metodologia já foi posta em prática. Para o levantamento dos estúdios fotográficos existentes na cidade, recorreremos primeiramente aos anúncios de veiculados nas revistas *Iris: revista brasileira de foto e cinematografia* e *Foto Cine Boletim*. Este levantamento inicial mostrou a existência não apenas de estúdios fotográficos estabelecidos na cidade, mas também de comerciantes de produtos fotográficos e químicos; de produtores de papel fotográfico (como os conhecidos papéis Bove e Wessel); de prestadores de serviços de laboratório; e de comerciantes especializados em material óptico. Este primeiro levantamento revelou a existência, na década de 1940, de trinta e dois estabelecimentos dedicados à fotografia.

Além das revistas especializadas, recorreremos também ao *Anuário Estatístico do Estado de São Paulo de 1946*, publicação intermitente do Governo Estadual em que se verificam os números relativos a diversas atividades profissionais, classificadas de acordo com critérios do Departamento Estadual de Estatísticas do Estado de São Paulo.

Esta classificação distingue as diversas atividades realizadas pelos ateliês entre “Oficina de clichês para a imprensa”; “Oficina de fotogravura”; “Fábrica de produtos químicos para a fotografia”; “Atelier fotográfico”; “Fotógrafo”; “Atelier de ampliação de fotografias”. Nela pudemos encontrar 112 estabelecimentos.

Outra publicação do DEE referente ao mesmo ano de 1946, apresenta um levantamento das indústrias paulistas, organizadas pelos nomes de seus proprietários. Trata-se do *Catálogo das Indústrias Paulistas*²⁸, que elenca um total de 86 estabelecimentos dedicados à “Fotografia”; “Ampliações fotográficas”; “Reprodução” e/ou “Retoque de fotografias”. Some-se a este número três produtores de “Vidros curvados para fotografias”; de “Chapas fotográficas” e de “Produtos químicos para fotografias” – o que perfaz um total de 235 estabelecimentos identificados.

Para o levantamento das interações entre os profissionais da fotografia, contaremos com entrevistas cedidas por fotógrafos a diversas instituições, como o Museu da Imagem e do Som de São Paulo, que possui entrevistas de fotógrafos como Thomas Farkas, Geraldo de Barros, Fernando Natalicci, Luis Tripoli, Penna Prearo, Sérgio Lima, Otto Stupakoff, Romulo Fialdini, entre outros. Além destes, o Museu Paulista possui uma entrevista concedida pelo fotógrafo profissional Werner Haberkorn ao pesquisador Ricardo Mendes, que também será mobilizada; assim como os dados referentes à entrevista realizada por Sonia Maria Milani Gouveia com o fotógrafo Peter Scheier²⁹ e por Daniela Palma com o também fotógrafo Hans Gunther Flieg³⁰.

Por fim, contamos com a documentação relativa ao estúdio fotográfico Fotolabor, preservada pelo Museu Paulista da universidade de São Paulo. Esta documentação encontra-se na Coleção Werner Haberkorn (nome do proprietário do estúdio), que possui, como documentos textuais, pedidos de fotografias para campanhas publicitárias realizados à Fotolabor por empresas como a Johnson & Johnson, Phillips do Brasil, Siprometa, Forminform e a Merck do Brasil S.A.; pedidos de fotografias das agências de publicidade *Panan* e *J.W. Thompson*. Duplicatas, recibos de compra e venda de material fotográfico, uma autorização da Superintendência de Segurança Política e Social do Estado de São Paulo para o Sr. Werner Haberkorn comprar 100g de Magnésio em pó na S.A. Panamericana Material Fotográfico (Antiga “Casa Stolze, S/A”), uma tabela de preços dos serviços do estúdio *Fotolabor*, uma revista com publicação de fotografia de Werner Haberkorn, recortes de material publicitário – sete tipos de documentos textuais que, em conjunto, permitem iniciar a reconstituição da dinâmica de produção das imagens desde sua face mais explicitamente material – a compra de produtos químicos para serviços de laboratório – até a produção de peças publicitárias pelas empresas e agências de publicidade, dando concretude ao processo de produção das imagens e trazendo luz sobre as condições técnicas, sociais e culturais de produção, circulação, consumo e ação dos produtos visuais.

Bibliografia

ALPERS, Svetlana. *O projeto de Rembrandt: o ateliê e o mercado*. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

ANGOTTI-SALGUEIRO, Heliana. *O olho fotográfico: Marcel Gautherot e seu tempo*. São Paulo: MAB-FAAP, 2007.

BAXANDALL, Michael. *O olhar renascente: pintura e experiência social na Itália da Renascença*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

CARRILHO, Kleber. *JW Thompson: pioneirismo e modernidade na publicidade brasileira*. Disponível em <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1218.html>, consultado em 16/08/2009.

CARVALHO, Vânia Carneiro de; CARVALHO, Maria Cristina Rabelo de; LIMA, Solange Ferraz de; e RODRIGUES, Tania Francisco. Fotografia e História: ensaio bibliográfico. In: *Anais do Museu Paulista*. São Paulo. N. Ser. V.2 p. 253-300 jan./dez. 1994.

COSTA, Helouise & SILVA, Renato Rodrigues da. *A Fotografia Moderna no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

COSTA, Helouise. *Aprenda a ver as coisas: fotojornalismo e modernidade na revista 'O Cruzeiro'*. São Paulo: ECA/USP, 1992.

GELL, Alfred. *Art and Agency: an anthropological theory*. Cambridge University Press: Cambridge, 1992.

GINZBURG, Carlo. Freud, o homem dos lobos e os lobisomens. In: *Mitos, Emblemas, Sinais: Morfologia e História*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____, _____. Ticiano, Ovídio e os códigos de figuração erótica no século XVI. In: *Mitos, Emblemas, Sinais: Morfologia e História*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. pp. 95-118. p.127.

_____, _____. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela inquisição*. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

GOULART, Paulo Cezar Alves & MENDES, Ricardo. *Noticiário Geral da Photographia Paulistana (1839-1900)*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo: Imprensa Oficial, 2007.

GOUVEIA, Sonia Maria Milani. *O homem, o edifício e a cidade por Peter Scheier*. Dissertação (Mestrado) FAU-USP, 2008.

LIMA, Solange Ferraz de. XV Congresso Internacional de AHILA. *Cartões postais e olhares estrangeiros: a imagem de São Paulo na produção dos fotógrafos Guilherme Gaensly e Werner Haberkorn*. 2008.

MATTOS, Cláudia Valladão de. Introdução à edição brasileira. O Rembrandt de Svetlana Alpers e a nova história da arte. In: Svetlana Alpers. *O projeto de Rembrandt: o ateliê e o mercado*. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

MAUAD, Ana Maria. *Poses e flagrantes: Ensaio sobre história e fotografia*. Niterói: Editora da UFF, 2008.

MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual: Balanço provisório, propostas cautelares. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 23, nº 45, pp. 11-36 – jul. 2003.

_____, _____. Rumo a uma “História Visual”. In: Marins, José de Souza; Eckert, Cornélia & Novaes, Sylvia Caiuby (orgs.) *O imaginário e o poético nas Ciências Sociais*. Bauru: Edusc, 2005, pp. 33-56.

PALMA, Daniela. *Fotografia: Arte e Sobrevivência*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, USP. São Paulo: 2003.

SEGALA, Lygia. A coleção fotográfica de Marcel Gautherot. In: *Anais do Museu Paulista*. São Paulo. Nova Série. v.13. nº 2. jul./dez. 2005.

Documentos

Anuário Estatístico do Estado de São Paulo de 1946. São Paulo: Departamento Estadual de Estatística, 1950. (Disponível na Fundação SEADE).

Catálogo das indústrias paulistas (município da capital), Departamento Estadual de Estatísticas do Estado de São Paulo, 1946. (Disponível na Fundação SEADE).

Coleção Werner Haberkorn. Serviço de Documentação Histórica e Iconografia do Museu Paulista da Universidade de São Paulo (SVDHICO/MP-USP).

Entrevista de Werner Haberkorn a Ricardo Mendes. Serviço de Documentação Histórica e Iconografia do Museu Paulista da Universidade de São Paulo (SVDHICO/MP-USP).

Foto Cine Boletim. a. VI nº68, 1951; a. VII nº83, 1953; a.IX nº98, 1956; Ano X nº109, mai-jun. 1959. Disponível na Biblioteca da ECA-USP.

Iris: Revista Brasileira de Foto, Cinema e Artes Gráficas. a.I, nºIX, set. 1947; a.III, nº34, jan. 1950; a.III, nº.35, fev. 1950; a.III, nº36, mar. 1950; a.III, nº37, abr. 1950; a. IV, nº38, mai. 1950; a.III, nº39, jun. 1950; a.IV, nº40, jul. 1950; a.IV, nº41, ago. 1950; a.IV, nº42, Set.

1950; a.IV, nº43, out. 1950; a.IV, nº44, nov. 1950; a.IV, nº45, dez. 1950. Disponíveis na Biblioteca da FAUUSP. a.IX, nº85, abr.1959; a.IX, nº86, ma. 1959; a.IX, nº87, jun.1959; a.IX, nº88, jul. 1959; a.IX, nº89, ago. 1959; a.IX, nº90, set.1959; a.IX, nº91, out.1959; a.IX, nº92, nov.1959; a.IX, nº93, dez.1959. Disponíveis na Biblioteca da ECA-USP.

¹ MENESES, Ulpiano T. B. Fontes visuais, cultura visual, História visual: Balanço provisório, propostas cautelares. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 23, nº 45, pp. 11-36 – jul. 2003. p. 28.

² *Id. Ibid.* p.20.

³ *Id.* pp. 20-21.

⁴ GELL, Alfred. *Art and Agency: an anthropological theory*. Cambridge University Press: Cambridge, 1992. p.15.

⁵ *Id. Ibid.*, p.02.

⁶ BAXANDALL, Michael. *O olhar renascente: Pintura e experiência social na Itália da Renascença*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991. Cf. p. 15-24 (relação contratual entre pintores e clientes); 49 (dicionários e sermões); 71-75 (peças teatrais e gravuras); 75-78 (dança); 79-81 (escritos de críticos e humanistas); 167-177 (manuais escolares), *et passim*.

⁷ Cf. BAXANDALL, Michael. *op cit.*; CASTELNUOVO, Enrico. *Retrato e sociedade na arte italiana*. São Paulo: Cia da Letras, 2010; GINZBURG, Carlo. Ticiano, Ovídio e os códigos da figuração erótica no século XVI. In: *idem. Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. pp. 119-142.; e ALPERS, Svetlana. *O projeto de Rembrandt: o ateliê e o mercado*. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

⁸ Esta valorização da prática perpassa todo o livro, mas é explicitada por Alpers na Introdução: “Convém lembrar aqui, numa adaptação da célebre frase de Gombrich, que o fazer precede a significação. Pelo menos no caso de Rembrandt, a atenção ao processo de execução de suas obras pode ser uma pré-condição ao entendimento do que elas significam. (...) Este livro pretende localizar a força e o temperamento particular, a idiossincrasia de Rembrandt, em sua produção artística, quer dizer, em aspectos da sua prática de ateliê e da sua relação com o mercado em si.” ALPERS, *op cit.*, p.30. (grifo meu)

⁹ GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela inquisição*. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

¹⁰ *Id. Ibid.* p.74-75 *et passim*

¹¹ GINZBURG, Carlo. Freud, o homem dos lobos e os lobisomens. In: *Mitos, Emblemas, Sinais: Morfologia e História*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. pp.107-117. p. 217.

¹² Cf. GINZBURG, Carlo. Ticiano, Ovídio e os códigos de figuração erótica no século XVI. In: *Mitos, Emblemas, Sinais: Morfologia e História*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. pp. 95-118. p.127.

¹³ *Id. Ibid.* p.125

¹⁴ *Id.* pgs. 123 a 129.

¹⁵ *Id.* p.126.

¹⁶ *Id.*, p. 133-140.

¹⁷ MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. Rumo a uma “História Visual”. In: Marins, José de Souza; Eckert, Cornélia & Novaes, Sylvia Caiuby (orgs.) *O imaginário e o poético nas Ciências Sociais*. Bauru: Edusc, 2005, pp. 33-56.

¹⁸ GOULART, Paulo Cezar Alves Goulart & MENDES, Ricardo. *Noticiário Geral da Photographia Paulistana (1839-1900)*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo; Imprensa Oficial, 2007.

¹⁹ COSTA, Helouise e SILVA, Renato Rodrigues da. *A fotografia moderna no Brasil*. São Paulo: Cosac&Naif, 2004.

²⁰ COSTA, Helouise. *Aprenda a ver as coisas: fotojornalismo e modernidade na revista O Cruzeiro*. Dissertação (Mestrado): ECA-USP, 1992. p.11.

²¹ *Id. Ibid.*. P.13.

²² *Id.* p.12-13.

²³ *Id. Ibid.*

²⁴ CARRILHO, Kleber. *JW Thompson: pioneirismo e modernidade na publicidade brasileira*. Disponível em <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1218.html>, consultado em 16/08/2009.

²⁵ Cf. MAUAD, Ana Maria. *Poses e flagrantes: Ensaio sobre história e fotografia*. Niterói: Editora da UFF, 2008; ANGOTTI-SALGUEIRO, Heliana. *O olho fotográfico: Marcel Gautherot e seu tempo*. São Paulo: MAB-FAAP, 2007; e SEGALA, Lygia. A coleção fotográfica de Marcel Gautherot. In: *Anais do Museu Paulista*. São Paulo. Nova Série. v.13. n° 2. jul./dez. 2005.

²⁶ CARVALHO, Vânia Carneiro de; CARVALHO, Maria Cristina Rabelo de; LIMA, Solange Ferraz de; e RODRIGUES, Tania Francisco. Fotografia e História: ensaio bibliográfico. In: *Anais do Museu Paulista*. São Paulo. N. Ser. V.2 p. 253-300 jan./dez. 1994.

²⁷ LIMA, Solange Ferraz de. XV Congresso Internacional de AHILA. *Cartões postais e olhares estrangeiros: a imagem de São Paulo na produção dos fotógrafos Guilherme Gaensly e Werner Haberkorn*, 2008.

²⁸ *Catálogo das indústrias paulistas (município da capital)*, Departamento Estadual de Estatísticas do Estado de São Paulo, 1946. Disponível na Fundação SEADE.

²⁹ GOUVEIA, Sonia Maria Milani. O homem, o edifício e a cidade por Peter Scheier. Dissertação (Mestrado) FAU-USP, 2008.

³⁰ PALMA, Daniela. *Fotografia: Arte e Sobrevivência*. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, USP. São Paulo: 2003.