

A PERMANÊNCIA DO PAISAGISMO E O “OLHAR PAISAGÍSTICO” NA MÍDIA BRASILEIRA

ORLANDO DE MAGALHÃES MOLLICA

Tese de Doutorado em Comunicação
ECO – UFRJ, 2005

Orlando de Magalhães Mollica

**A PERMANÊNCIA DO PAISAGISMO E O
“OLHAR PAISAGÍSTICO” NA MÍDIA BRASILEIRA**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Orientador: Profa. Dra. Liv Sovik

Rio de Janeiro

2005

Mollica, Orlando de Magalhães.

A permanência do paisagismo e o “olhar paisagístico” na mídia brasileira / Orlando de Magalhães Mollica. Rio de Janeiro, 2005. xii, 205 f.: il.

Tese (Doutorado em Comunicação)

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2005.

Orientador: Liv Sovik

1. Identidade Cultural. 2. Rio de Janeiro, Brasil. 3. comunicação – Teses.

I.Sovik, Liv (Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III. Título.

Orlando de Magalhães Mollica

A PERMANÊNCIA DO PAISAGISMO E O
“OLHAR PAISAGÍSTICO” NA MÍDIA BRASILEIRA

Profa. Dra. Liv Sovik, Escola de Comunicação, UFRJ

Profa. Dra. Maria de Lourdes Pinto Machado Costa, Escola de Arquitetura e Urbanismo, UFF

Prof. Dr. Nireu Cavalcanti, Escola de Arquitetura e Urbanismo, UFF

Profa. Dra. Beatriz Jaguaribe de Mattos, Escola de Comunicação, UFRJ

Prof. Dr. Marcio Tavares d'Amaral, Escola de Comunicação, UFRJ

AGRADECIMENTOS

Profa. Dra. Liv Sovik
Prof. Dr. Muniz Sodré
Profa. Dra. Maria Helena Junqueira
Prof. Dr. Mohamed Haji
Prof. Dr. Carlos Alberto Messeder
Prof. Dr. Michael Herchman
Profa. Dra. Ligia Costa Leite
Profa. Dra. Maria de Lourdes Costa
Prof. Dr. Nireu Cavalcanti
Profa. MSc. Nara Iwata
Arquiteta Judith Vinhaes
Prof. Felipe Cáurio

***“Paisagem é hábito visual.
Só começa a existir depois de
mil e quinhentos olhares.”***

Nelson Rodrigues

RESUMO

MOLLICA, Orlando de Magalhães. *A permanência do paisagismo e o "olhar paisagístico" na mídia brasileira*. Rio de Janeiro, 2005. Tese (Doutorado em Comunicação)- Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

Esta tese parte da hipótese de que o olhar sobre o Novo Mundo, registrado pela iconografia dos viajantes europeus, produziu representações que, até os dias de hoje, povoam o imaginário coletivo e o senso comum nacional e estrangeiro. A mais forte dessas representações é a composição ético-estética de elementos sócio-culturais das inúmeras, diferentes e distintas paisagens. Visando, trabalhar esta hipótese, percorri pistas que me conduziram ao conceito que chamei de "*olhar paisagístico*", com o qual analisei a genealogia de uma determinada imagem-paisagem genérica do país e da brasilidade, que tem como ícones o "Rio de Janeiro, capital da beleza" e o "Brasil, país do futuro". Tomo, principalmente, a iconografia produzida sobre o Rio de Janeiro, desde os tempos do Brasil-Colônia até o século atual, para demonstrar, em cada período histórico, a força de persuasão e a permanência do *olhar paisagístico* na imaginação dos brasileiros e sua relação direta com a construção identitária do país, dando-o a *ver* como uma composição exótica e paradisíaca. Tendo como referencial a teoria da comunicação, discuto, enfim, como esse *olhar paisagístico* instaura uma mensagem que atravessa a história da cidade, repercute em todo o país e, hoje, é difundida por uma produção representacional revitalizada e modernizada, a qual articula discurso e visualidade e se utiliza das modernas tecnologias de produção, reprodução e mediatização das representações para se consolidar.

Palavras chaves: comunicação, paisagem, imagem, iconografia, identidade cultural, Rio de Janeiro, Brasil.

ABSTRACT

MOLLICA, Orlando de Magalhães. *A permanência do paisagismo e o "olhar paisagístico" na mídia brasileira*. Rio de Janeiro, 2005. Tese (Doutorado em Comunicação)- Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

The hypothesis of this dissertation is that the gaze on the New World recorded by European visitors produced created representations that still populate the collective imaginary and both domestic and foreign common-sense notions about Brazil. The strongest of these representations is an ethical-esthetic composition of socio-cultural elements, brought together in countless landscapes. Several paths were taken to defend this hypothesis, leading to the establishment of the concept of a "*landscape gaze*", through which to analyse the genealogy of a specific image-landscape of the country and of Brazilianness, whose icons are "Rio de Janeiro, capital of beauty" and "Brazil, country of the future". The iconography of Rio de Janeiro from colonial times to the present is examined to show the persuasive force and constant presence of the *landscape gaze* in Brazilians' imagination, in each period, and its direct relationship to the construction of an identity discourse that is an exotic and paradisiacal composition of Brazil. Finally, the *landscape gaze* is discussed in terms of communications theory: how this gaze institutes a message that accompanies the history of the city, echoes throughout the country and is present in a revitalized and modernized way in representations that use modern production, reproduction and media technologies to be consolidated once again in visual discourses.

Keywords: communication, landscape, image, iconography, cultural identity, Rio de Janeiro, Brazil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Fig.1: Cariocaturas, Lan. (*O Globo*, Rio de Janeiro, p.28, 12 jun. 2004.)

Fig.2: Propaganda Nona Mostra O Bonequinho Viu. (*O Globo*, Rio de Janeiro, p.10, 26 set. 2004.)

Fig.3: Ilhas Cagarras, foto Carlos Secchin. (*O Globo*, Rio de Janeiro, p.1, 15 dez. 2002.)

Fig.4: Propaganda Unibanco, Rio cidade candidata às Olimpíadas 2012. (*O Globo*, Rio de Janeiro, p.1, jul. 2003.)

Fig.5: Air France, desenho de Vasarely c.1946. (*A paisagem carioca*, 2000: 82)

Fig.6: Moore-McComarck Lines, c.1940. (*A paisagem carioca*, 2000: 83)

Fig.7: Pan American Airways, c.1950. (*A paisagem carioca*, 2000: 83)

Fig.8: KLM, c.1960 (*A paisagem carioca*, 2000: 83)

Fig.9: Operários, Tasila do Amaral, 1931. (Zanini, 1983: 576)

Fig.10: Capa do Guia 4 Rodas. (*Guia Brasil 2004*. São Paulo: Abril, 2004)

Fig.11: Vista do Rio de Janeiro, s/d e Pão de Açúcar e Corcovado, s/d. (*A paisagem carioca*, 2000: 85)

Fig.12: Alegoria da América, Niccolo Frangipane, 1590. (*Belluzzo*, 1999: 77)

Fig.13: América, Marten de Vos (atribuição), c.1600. (*Belluzzo*, 1999: 79)

Fig.14: América, Antuérpia, Marten de Vos. (*Belluzzo*, 1999: 80)

Fig.15: Homem Tapuia, Albert Eckout, 1643. (*Belluzzo*, 1999: 89)

Fig.16: Mulher Tapuia, Albert Eckout, 1643. (*Belluzzo*, 1999: 89)

Fig.17: Execução de um prisioneiro que está preso à Mussurana. (*Belluzzo*, 1999: 51)

Fig.18: Abate do prisioneiro, Theodore de Bry. (*Belluzzo*, 1999: 51)

Fig.19: A classes das plantas no sistema sexual de Lineu (*Belluzzo*, 1999: 19)

Fig.20: Terminologia de Botânica (*Belluzzo*, 1999: 19)

Fig.21: O Rio São Francisco e o Forte Maurício, Frans Post, 1638. (*Belluzzo*, 1999: 121)

Fig.22: A Cachoeira de Paulo Afonso, Frans Post, 1649. (*Belluzzo*, 1999: 125)

Fig.23: Abacaxi e Mamão, Albert Eckout. (*Belluzzo*, 1999: 115)

- Fig.24: Composição com cocos, Albert Eckhout. (*Belluzzo*, 1999: 115)
- Fig.25: Os dois touros, Manufacture des Gobelins, Paris, c.1723. (*Belluzzo*, 1999: 108)
- Fig.26: Europe, Jan van Kessel, 1664. (*Belluzzo*, 1999: 140)
- Fig.27: Naturgemälde der Tropenländer, Alexandre van Humboldt. (*Belluzzo*, 1999: 23)
- Fig.28: Chimborazo visto do platô Tapia, Alexandre van Humboldt, 1810. (Martins, 1999: 14)
- Fig.29: Índio caçando onça, von Martius, 1823-53. (*História Ciências Saúde, Manguinhos*, 2001: 876)
- Fig.30: Bandeira Imperial. (Martins, 1999: 64)
- Fig.31: Cabeça de homem do povo, Dias Junior. (Ayala, 19--: 131)
- Fig.32: Derrubador brasileiro, Almeida Junior. (Ayala, 19--: 133)
- Fig.33: Caipira picando fumo, José Ferraz de Almeida, 1893. (Campofiorito, 1983: 39)
- Fig.34: Cachimbando, Vicente do Rego Monteiro. (Ayala, 19--: 137)
- Fig.35: Um “choro” alegre, do livro Exposição, Seth. (Lima, 1963: 1339)
- Fig.36: Abaporu, Tarsila do Amaral, 1928. (Zanini, 1983: 558)
- Fig.37: Petrópolis (paisagem com mulatas), Emiliano Di Cavalcanti, 1962. (Ayala, 19--: 129)
- Fig.38: Família do fuzileiro naval, Guignard, 1930. (Ayala, 19--: 51)
- Fig.39: Outdoor na esquina das ruas Maria Angélica e Jardim Botânico. (foto do autor, 2005)
- Fig.40: Coluna social de Hildegard Angel (*O Globo*, Rio de Janeiro, 8 fev.2005)
- Fig.41: Lançamento imobiliário, avenida Sernambetiba 3360
- Fig.42: Lançamento imobiliário, Quinta do Lago
- Fig.43: Cangaceiro, Aldemir Martins, 1971. (Ayala, 19--: 127)
- Fig.44: Desenho original do álbum Manguê, Lasar Segall, 1925/28. (Horta, s.d: 263)
- Fig.45: Trabalhador rural, Cândido Portinari. (Ayala, 19--: 53)
- Fig.46: Propaganda O Boticário, 2002. (*Revista Vogue*, quarta capa)
- Fig.47: Iracema, Antonio Parreiras, 1909. (*Arte no Brasil*, 1982: 178)
- Fig.48: Copacabana (Cartão postal)
- Fig. 49: A Brasileirinha (*O Globo*, Rio de Janeiro, 3 abr. 2004)
- Fig.50: O Grito do Ipiranga, Pedro Américo, 1887-1888. (Rodrigue, 2001: 149)

Fig.51: Rubro-negros em fúria e Rebelião do mar (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p.1, 15 nov. 2004)

Fig.52: Moradores sem estresse (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, caderno Imóveis, 14 nov. 2004)

Fig.53: Lançamento imobiliário, Condomínio Vila Florença (*O Globo*, Rio de Janeiro, caderno Classificados, 12 nov. 2004)

Fig.54: Olhar estrangeiro (*O Globo*, Rio de Janeiro, caderno Zona Sul, 2 dez. 2004)

Fig.55: Paisagens do estado exibidas em telas (*O Globo*, Rio de Janeiro, caderno Zona Sul, p.41, 2 dez. 2004)

Fig.56: paisagem Diamantina, Caminho para Araçuaí, Mário Zavagli, 2004 (Convite exposição, Espaço Cemig, Belo Horizonte, 2005)

Fig.57: Em meio às brumas (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p.1, 13 jan. 2005)

Fig.58: Aquele abraço (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, caderno Cidade, p.A12, 2 mar. 2005)

Fig.59: Um país redescoberto (*O Globo*, Rio de Janeiro, Segundo Caderno, p.1, 23 mar. 2005)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

Da gênese do trabalho

Do objeto do trabalho

Do método

1. CAPÍTULO 1

1.1. O ver e o olhar

1.2. O exótico e a fantasia

1.3. O exótico e a identidade nacional

1.4. A paisagem entre o olhar e o ver

2. CAPÍTULO 2

2.1. Surgimento histórico do olhar paisagístico

2.1.1. O olhar paisagístico como expressão artística

2.1.2. O *olhar paisagístico* como instrumental na pintura histórica

2.2. Os Holandeses no Brasil: o pioneirismo de Nassau

2.3. O Olhar Paisagístico como instrumental da Ciência Naturalista

3. CAPÍTULO 3

3.1. A etnografia dos viajantes do século XIX: instrumento científico de ver o Brasil

3.2. Olhar paisagístico nas representações visuais das primeiras histórias oficiais no Brasil

3.3. Olhar paisagístico atualizado para o cenário sociocultural brasileiro

3.4. O olhar paisagístico e as representações visuais na virada do milênio

À GUIA DE CONCLUSÃO

DA GÊNESE DO TRABALHO

Ao longo da minha carreira profissional, muitas têm sido as maneiras que utilizo para abordar o tema da paisagem carioca. Durante a década de 1970, em plena ditadura militar, burlava a censura prévia com desenhos de humor, na forma de charges, caricaturas e cartuns, satirizando a cena política e os costumes, desenhos que saíam publicados em jornais, revistas, livros e expostos em galerias, centros culturais, museus, etc. Depois, em uma direção epistemológica, apliquei a técnica do desenho de observação para retratar aspectos da vida cotidiana dos moradores dos bairros do Catumbi e Vila Isabel, cujo objetivo era identificar, classificar e analisar os diversos significados culturais das formas de apropriação dos espaços públicos pela população. Foram duas pesquisas urbanísticas, resultando daí uma dissertação de mestrado na área de comunicação.

No final da década de 1980, illustrei uma coletânea de livros de história para o Primeiro Grau do ensino básico de autoria de Joel Rufino, com desenhos no estilo de caricaturas, carregados de sátira e ironia e com um alto poder de crítica e dessacralização de personagens históricos.

Mas foi, efetivamente, como artista plástico, na prática profissional da pintura, que assumi a paisagem brasileira como objeto do meu trabalho. Isto se deu quando pude perceber as representações que a mídia cotidiana lhe auferia, desde os primeiros jornais e pasquins brasileiros. Com as comemorações dos 500 anos de Brasil ela ganhou plena força e assumiu de vez o papel de mercadoria, traduzido em lembranças turísticas, impressas em livros de arte ou didáticos, revistas e jornais, enciclopédias, catálogos e exposições de arte, cartões postais, camisetas e outros materiais postos à venda em várias partes do país. Isto foi propiciado pelo contexto histórico-cultural, quando foram realizados mostras, exposições, debates e

conferências relacionados com o tema. É verdade que este momento representou a síntese do processo de construção, ao longo desses cinco séculos, de ícones visuais do Brasil.

Esse somatório de vivências convergentes, no meu trajeto profissional e pessoal, faz emergir a hipótese desta tese, de que parte significativa da identidade cultural brasileira teria sido construída sobre um modo de olhar exótico para o país, o qual se ordena na contemplação de imagens que retratam sua paisagem natural.

Este trabalho, então, se propõe a analisar as articulações que possam existir entre a representação iconográfica do paisagismo - como composição ético-estética de elementos sócio-culturais à imagem e semelhança da natureza - e a produção de discursos ideológicos delimitadores e definidores de contornos para uma identificação cultural do Brasil. Um processo que se inicia tendo pelo ponto de vista o olhar estrangeiro do colonizador, ou seja, eurocentrado, emergindo desde o período colonial até os dias de hoje, na forma de atender aos interesses políticos das elites de cada momento histórico.

Com o tempo esse processo de constituição identitária, baseado na representação da paisagem natural vista pelo estrangeiro, passou a ser introjetado no imaginário popular constituindo-se num sistema simbólico poderoso, presente em vários signos pátrios como bandeira e o hino nacional, passando pelos discursos políticos salvacionistas, pelo sistema educacional escolar e pela mídia, até ser introjetado no senso comum, onde permanece até hoje.

Nesse sentido, o Rio de Janeiro, por ter sido escolhido para ser a sede do governo monárquico português, assumiu o valor paradigmático de “cenário natural” da nação. Daí terem sido criadas inúmeras fabulações - tanto no campo político, social ou econômico, como pelo conjunto da sociedade, não raro servindo a discursos hegemônicos que povoam a imaginação dos brasileiros - sobre os mais diversos aspectos que relacionam a imagem da cidade às caracterizações da brasilidade.

Essas fabulações são embaladas em retóricas que se referem a políticas culturais ou postas a funcionar como material midiático, na forma de notícias ou de artefatos publicitários de toda ordem. Elas nascem como discursos identitários grandemente auxiliadas pela iconografia que provém de pinturas, desenhos e gravuras do gênero paisagístico, produzidos por artistas e cientistas europeus dos séculos passados e que têm em comum a valorização estética de aspectos que ressaltam as peculiaridades da morfologia geológica do território brasileiro. Assim, produz um olhar exótico e fantasioso sobre o que era dado a ver no novo território.

A produção iconográfica, pelas mãos de pintores e cientistas foi, como um processo, associando aos elementos naturais da paisagem, a população indígena, a arquitetura colonial e os demais habitantes da cidade. As cenas urbanas foram povoadas por escravos negros trazidos da África, retratando-os como parte do cenário tropical de caráter exótico-pitoresco. Com isso foi se construindo uma forma de olhar que produziu uma imagem da cidade e do país como uma unidade visual, substancializada esteticamente pela maneira como está composta nos trabalhos. Ou seja, a natureza e o povo do Brasil são genericamente apresentados ao mundo pelos viajantes, sob a forma de uma composição paisagística, passando a serem identificadas como uma unidade visual, esteticamente constituída.

A este modo de olhar, convenciono chamar neste trabalho de *olhar paisagístico*, uma categoria de análise criada por mim para explicar como um determinado modo de olhar produz uma composição visual para o país, composição esta que ganha vida própria no imaginário dos brasileiros e estrangeiros.

Após a Independência de Portugal em 1822 e a proclamação da República em 1889 o *olhar paisagístico* se difunde, atingindo a cena política e sócio-cultural de maneiras diversas e sofisticadas. É o que ocorre quando os seguidores do positivismo cientificista de Comte no pós-República, desejosos de criar uma identidade própria e que diferenciassse esse regime do

império, optaram por consolidar a imagem do Brasil reforçando a visão do esplendor da terra, como se vê na bandeira, nas armas nacionais e nos hinos do país. Uma forma de referendar as paisagens naturais como algo desejável para o país e o mundo.

Nas expressões artísticas, a iconografia dos viajantes influencia a literatura, a música popular e erudita, as artes plásticas, com repercussões no planejamento do conteúdo escolar, na indústria cultural e nas instâncias midiáticas. Como consequência dessa condição de hegemonia cultural, a iconografia se introjeta fortemente na identidade cultural brasileira.

Na condição de dispositivo estético e simbólico, como estratégia pelas quais são engendradas as relações de forças e de poder, esse aspecto identitário sempre interessou às elites em suas articulações políticas, em seu jogo de alianças com os diversos segmentos sociais. Mesmo tendo sido originário do olhar estrangeiro, acabou assimilado pelos “donos” do poder. Desde a Independência do país, passando pela consolidação do Império e transição para o estado republicano torna-se representante quase consensual da Nação e que, segundo a hipótese levantada neste trabalho, ainda persiste nos dias atuais, hegemonicamente.

Cabe esclarecer que o significado de *hegemonia* aqui usado: é um conceito de Gramsci (*apud* Hall, 2003), que se refere ao processo político de ascensão e dominação cultural de determinados grupos e que, simultaneamente, estabelece-se como a própria constituição do estado.

Hegemonia gramsciana, como explica Hall, é um conceito que define a supremacia do interesse de um grupo dominante aos interesses gerais de outros grupos. Serve para definir um momento do processo político em que se consolida uma unidade de classe, que

“corresponde a uma consciência de classe de um determinado grupo social que deve ser *produzida*, construída, criada como resultado das práticas econômicas, políticas e ideológicas específicas.” (Hall, 2003: 311)

É propósito do meu trabalho mostrar como a *hegemonia*, como jogo de forças em equilíbrio instável, no sentido de Gramsci, se concretiza historicamente no país, através da difusão midiática da iconografia que surge do *olhar* dos artistas-viajantes.

Hall explica que, segundo Gramsci, o processo para se obter a hegemonia se dá em três estágios: o primeiro é o *corporativo econômico*, em que os grupos profissionais ou ocupacionais reconhecem seus interesses comuns, mas não têm consciência de solidariedades de classe mais amplas. Depois há o momento do *corporativismo de classe*, em que a solidariedade de interesses se desenvolve, mas somente no campo econômico. Finalmente, há o momento da *hegemonia*, que transcende o limite corporativo da solidariedade econômica pura, engloba os interesses de outros grupos subordinados e começa a se propagar pela sociedade, promovendo a unidade intelectual, moral, econômica e política,

“propondo também as questões em torno das quais estas lutas acontecem, criando, dessa forma, a hegemonia de um grupo social principal sobre uma série de grupos subordinados.” (Hall, 2003: 311)

A hegemonia é o processo de coordenação dos interesses de um bloco histórico particular dominante aos interesses dos outros grupos e à vida do Estado como um todo. É somente em momentos de “unidade nacional”, que a formação daquilo que Gramsci denomina como “vontade coletiva”, se torna possível.

O que me leva a afirmar que a constituição da identidade brasileira, permeada pelo *olhar paisagístico*, tem um forte componente do olhar hegemônico desde os tempos coloniais e presentes ainda hoje. Assim, também, essa forma de forjar a identidade brasileira pelos olhos do estrangeiro, se completa com os interesses do Estado e afeta o social como vontade coletiva, no sentido de Gramsci.

Este amalgamento identitário está presente na mídia em geral, em programas de televisão como *Expedições*, assinado por Paula Saldanha, cujo formato segue a trilha traçada por *Amaral Neto, o Repórter* (fora do ar há mais de três décadas). *Expedições*, que já existe há 25 anos, mantém-se mais ou menos na linha apologética do “Brasil Grande” do tempo do regime militar, sem contudo fazer da natureza brasileira um valor político associado à ideologia do Regime de 1964. Semanalmente levado ao ar pelo canal aberto da TV Educativa,

o programa focaliza diversos aspectos do território brasileiro, dando ênfase especial à “grandiosidade” e à “riqueza inesgotável” de paisagem natural.

Nesse sentido, *Expedições* parece ser uma extensão da vinheta que encerra diariamente a programação da emissora estatal, onde se vê uma representação audiovisual do país, em formato de vídeo-clipe. Esse vídeo, com a duração de alguns minutos, mostra uma imagem do Brasil em cenários desabitados ou povoados por figuras humanas mescladas, tanto com o ambiente natural, quanto com os animais silvestres. Figuras compostas esteticamente com a paisagem que acabam por se tornar parte integrante da própria natureza. A vinheta tem como fundo musical o Hino Nacional Brasileiro, cantado por Fafá de Belém.

Nessa mesma direção e ancoradas no *olhar paisagístico*, inúmeras matérias levadas ao ar pela TV Globo em seu programa, também semanal, *Globo Repórter*. Tal como *Expedições*, este enfoca regiões do Brasil e seus habitantes por um viés paisagístico, à maneira dos artistas viajantes do século XIX. Ou seja, mostra um Brasil ainda selvagem e desabitado, regiões invariavelmente chamadas pelo repórter “como fronteiras naturais ainda não exploradas” do país.

Ambos os programas, *Expedições* e *Globo Repórter* usam, juntamente com o apelo visual da boa filmagem, um áudio transmitido pelos discursos dos locutores que complementa a exaltação de clichês vinculados ao *olhar paisagístico* em sua maneira de *ver* e dar a *ver* o Brasil, na forma recorrente de se referir à paisagem natural brasileira com adjetivos como *esplendorosa*, *generosa* ou *luxuriante*.

Esses vídeos, transmitidos em rede nacional pela televisão aberta podem perfeitamente ser interpretados como uma versão moderna e televisiva da antiga revista *Manchete*, que usou e abusou do mesmo tipo de abordagem jornalística, só que impressa, divulgando na década de 1950 o governo Juscelino Kubitschek (JK), com reportagens basicamente fotográficas, diagramadas panoramicamente, mostrando paisagens de um “Brasil espetacular”, ainda

virgem, inexplorado, rico e imenso à espera de ser conquistado pela civilização moderna. Isto tudo a partir da transferência da Capital para Brasília, cuja arquitetura modernista de autoria de Oscar Niemeyer foi inspirada nas curvas das montanhas e enseadas do Rio de Janeiro e lembrando “as formas sinuosas da mulher amada”, como declara em entrevistas à imprensa e mesmo escreveu em livro (Niemeyer, 1978: 20). Este mesmo pensamento pode-se ver na caricatura de Lan publicada na edição de O Globo de 12 de junho de 2004. [fig.1]



Fig.1: Cariocaturas, Lan. (O Globo, Rio de Janeiro, p.28, 12 jun. 2004.)

Fica claro que os brasileiros têm uma *visão* extremamente ufanista em relação às suas “belezas naturais”, visão esta ancorada na iconografia paisagística dos viajantes dos séculos passados e que vem sendo assimilada pela cultura através dos tempos. Esta iconografia também aparece em discursos que apresentam a Nação como dotada de uma vocação natural para o progresso, dentro da ideologia desenvolvimentista, juntamente com a crença num porvir grandioso, associado direta e simultaneamente às idéias de grandeza territorial e beleza da paisagem.

Curiosamente esses mesmos valores seguem sua trajetória histórica e se instalam na retórica do Brasil Grande, que fundamenta o período do regime militar instalado após o Golpe de 1964, o qual derrubou o presidente João Goulart e continuam atuais e hegemônicos nos dias de hoje, sem grandes modificações nesse percurso. Se anteriormente eram valores mais vinculados ao discurso governamental, hoje eles circulam através da mídia e envolvem a opinião pública.

Como exemplo do exposto acima podemos citar as reações às imagens negativas do Rio de Janeiro, associadas à crescente onda de violência urbana, que são diariamente veiculadas na mídia nacional e internacional. São reações que contrabalançam as reportagens sobre a violência da cidade, com a publicação de anúncios publicitários e de matérias mostrando uma paisagem natural do Rio como uma espécie de “antídoto” da violência. No primeiro caso, destaque para a imagem da propaganda do festival de cinema nona mostra “O bonequinho viu”, realizada no Rio em setembro de 2004. [fig.2]

Em o que parece ser uma montagem, aparece em primeiro plano uma placa assinalando Copacabana como sendo uma sala de cinema sem tela onde a imagem é o entorno: o nascer do sol na praia também popularizada como “a princesinha do mar” (imortalizada nos versos da canção de Baguinha em 1924), onde apenas os aspectos naturais da paisagem são destacados: a luminosidade, os reflexos luminosos do sol nascente, as

montanhas, o céu, o mar e um pequeno trecho deserto da areia. Com isso, a mensagem do anunciante ao público leitor é de associar um clichê paisagístico da “cidade maravilhosa” como metonímia para o que deverá ser um “maravilhoso” festival.

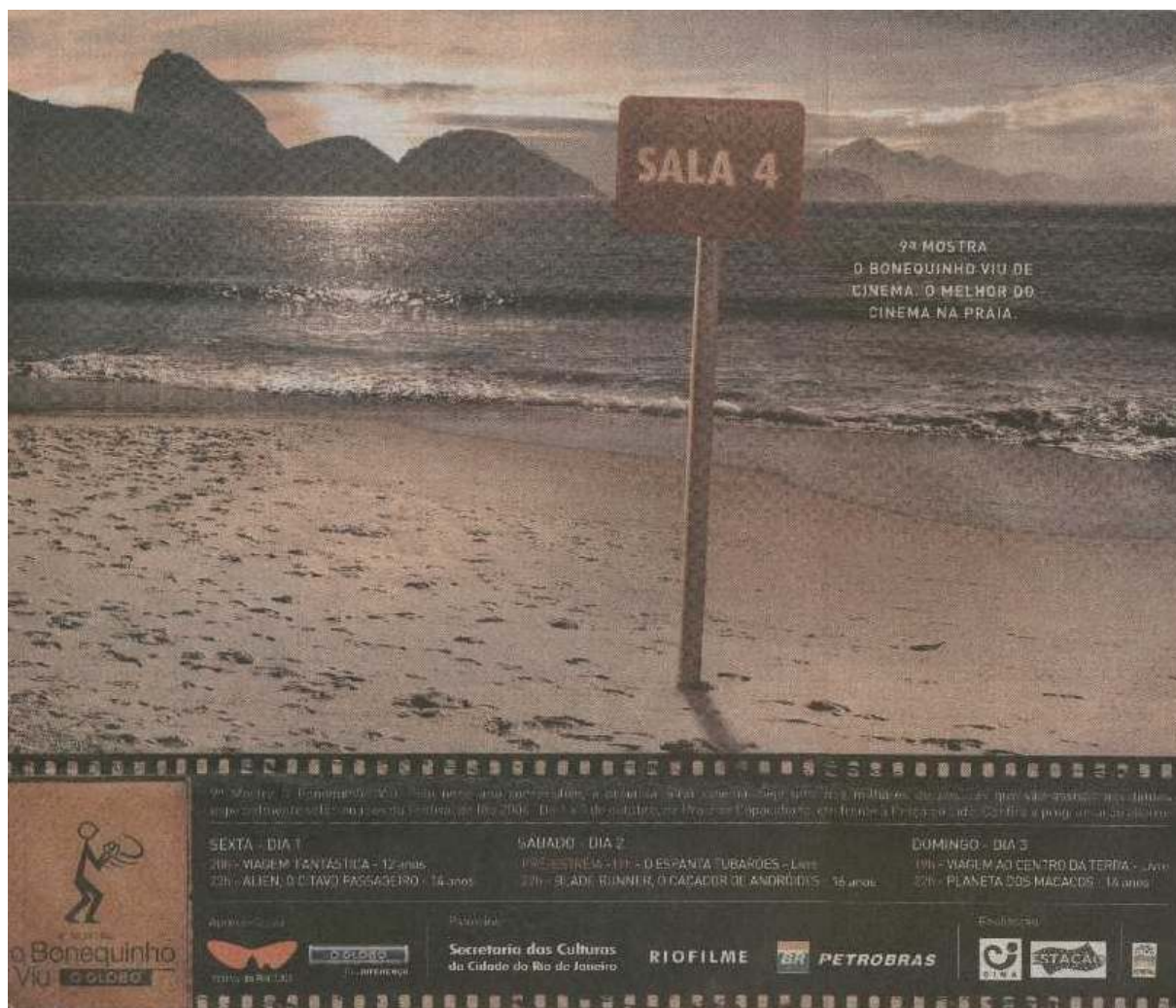


Fig.2: Propaganda Nona Mostra O Bonequinho Viu (O Globo, Rio de Janeiro, p.10, 26 set. 2004.)

Da mesma forma, as reportagens trazem fotografias da paisagem natural da cidade, focalizadas do ponto de vista de um olhar exótico, para mostrar algum aspecto ainda não explorado pela iconografia. Conforme se vê na reportagem do jornal *O Globo*, datada de 15 de dezembro de 2002, com chamada de primeira capa, que procura focalizar a *visão* do leitor para um Rio desconhecido, virginal e paradisíaco que é o arquipélago das Ilhas Cagarras. [fig.3] A matéria jornalística, cuja ênfase se baseia nas imagens fotográficas impressas a cores, enfoca o seu objeto, as ilhas, de dois ângulos opostos, os quais traduzem bem o olhar moderno ao utilizar o ferramental tecnológico atual, para apresentar vistas aéreas sobre o oceano, provavelmente tiradas de dentro de um helicóptero, e vistas submarinas, que exige do profissional capacidade fotográfica de operar equipamento especial para fotografar em grandes profundidades e, sobretudo, formação de mergulhador. Este olhar é diferenciado do tradicional olhar dos pintores viajantes que se estabelece a partir da linha do horizonte marinho, como irei desenvolver no Capítulo 3.



Fig.3: Ilhas Cagarras, foto Carlos Secchin. (*O Globo*, Rio de Janeiro, p.1, 15 dez. 2002.)

Outra matéria, ainda do jornal *O Globo*, publicada na página 17 do primeiro caderno no dia 26 de agosto de 2003, noticia que “Cidade Maravilhosa”, marchinha carnavalesca composta em 1935 por André Filho, torna-se legalmente o hino oficial do município do Rio de Janeiro. A notícia demonstra que o poder público reconhece a escolha popular desta marcha como “a cara do Rio”, um valor há muito consagrado pela opinião pública. Assim, simultaneamente, e num esforço de *marketing*, o poder municipal procura popularizar a imagem-clichê do Rio, para disputa pela sede das Olimpíadas, publicado em *O Globo* ao longo do mês de julho de 2003, conforme aparece nas propagandas da iniciativa privada, como se vê na figura 4.



Fig.4: Propaganda Unibanco, Rio cidade candidata às Olimpíadas 2012. (*O Globo*, Rio de Janeiro, p.1, jul. 2003.)

A reportagem começa falando, exatamente, da razão de ser da escolha dessa música:

“símbolo da exaltação das belezas do Rio, a música ‘Cidade maravilhosa’ passa a ser de execução obrigatória em todos os eventos oficiais no município em que também for tocado o Hino Nacional [...] A letra reproduz com leveza e sedução a alegria do que é viver no Rio, disse o jornalista e pesquisador Ricardo de Cravo Alvim.” (*O Globo*, Rio de Janeiro, 26 ago. 2003)

O notório apelido de “cidade maravilhosa”, segundo Bulhões (1997), foi cunhado pela poeta Jane Catulle-Mêndes, em 1912. Ela assim a designou em função da modernização vivida pelo Rio, durante governo do prefeito Pereira Passos, na primeira década do século XX. Esse prefeito/engenheiro - que para muitos ainda é considerado o melhor administrador da cidade de todos os tempos, em função de suas “picaretas regeneradoras” - mudou radicalmente a “cara” do Rio de Janeiro, tornando sua paisagem o cartão postal que conhecemos atualmente. Visando, sobretudo o embelezamento urbano, ou nas palavras de Olavo Bilac em 1904 (*apud* Bulhões, 1997) “a vitória da higiene, do bom gosto e da arte”, o prefeito Pereira Passos toma como modelo o planejamento urbanístico de Paris feito pelo Barão Haussmann, no século XIX. Com essa intervenção, o Rio apagou de sua memória a cidade colonial portuguesa exótica e cheia de doenças, para se tornar uma Paris nos trópicos. Ou no dizer de Lessa o Rio sofreu uma radical transformação, passando “de Calcutá bárbara à Milão tropical” (Lessa, 1990: 734-736.)

Associando beleza, modernização e saneamento básico (rede de águas pluviais e esgoto sanitário e água potável encanada), num só significante, a então Capital Federal do Brasil fica sendo mundialmente famosa, através da mídia do século XX, e conhecida como o “portal da América do Sul”: as “belezas naturais” ilustradas pelo cartaz da companhia francesa de aviação Air France, desenhado pelo pintor Vassarely, mais tarde conhecido como tendo sido o pai da op-art, em 1943 [fig.5]. Outros cartazes de várias companhias aéreas seguem o mesmo caminho de Vassarely [fig.6, 7, 8].

A partir dessa condição de ícone mundial da beleza natural, a cidade do Rio de Janeiro passa a ser representada nacional e internacionalmente como uma iconografia, um *olhar*

paisagístico, o qual se configura e se materializa no universo da cultura como uma composição paisagística, onde a paisagem natural se sobrepõe à própria idéia de cidade, de país e até mesmo de continente e assim se estabelece como um símbolo ou emblema da identidade cultural brasileira.

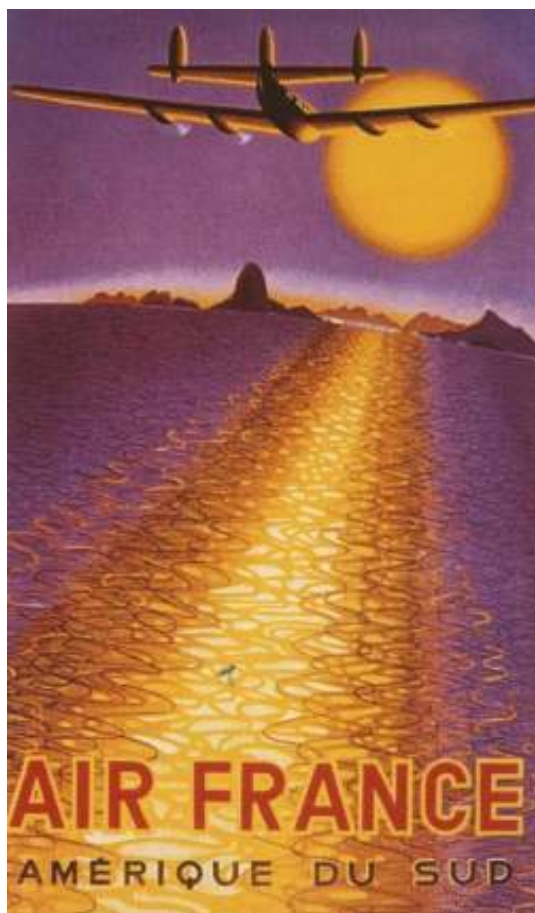


Fig.5: Air France, desenho de Vasarely c.1946.
(*A paisagem carioca*, 2000: 82)

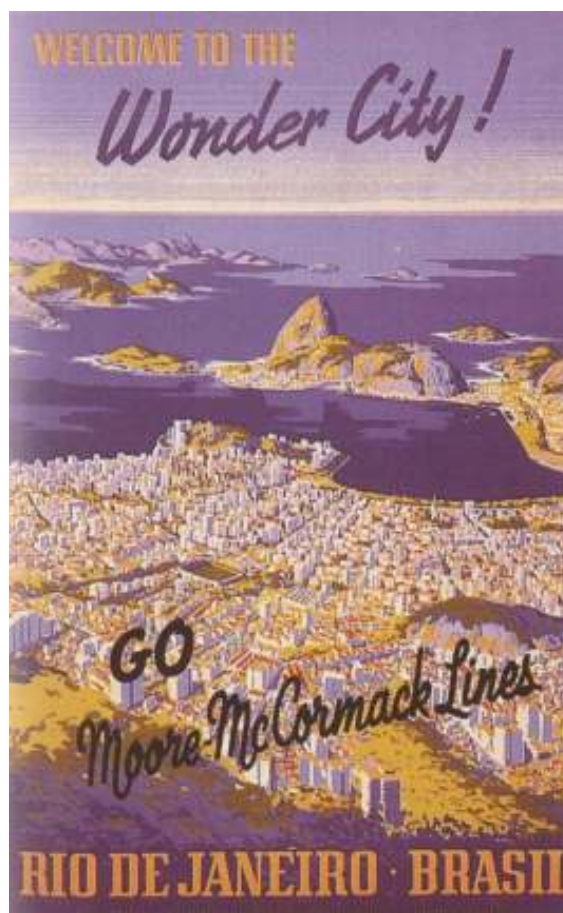


Fig.6: Moore-McComarck Lines, c.1940.
(*A paisagem carioca*, 2000: 83)

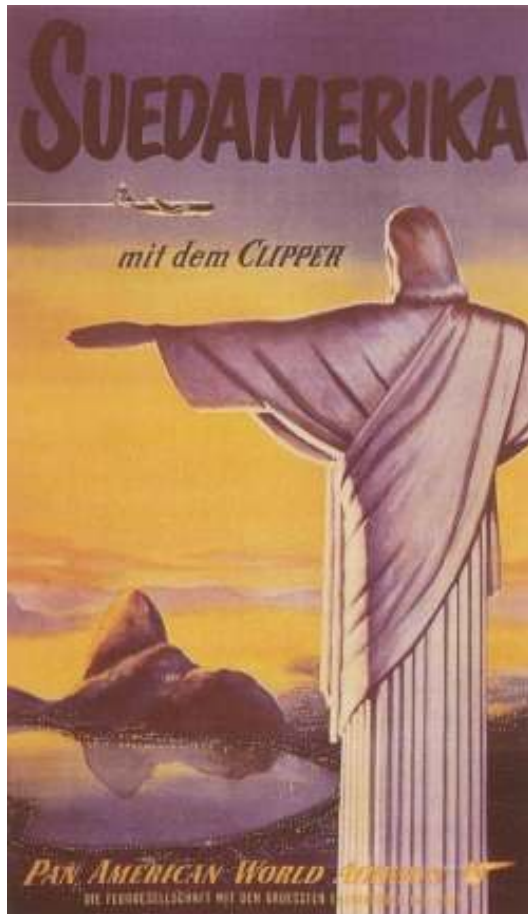


Fig.7: Pan American Airways, c.1950.
(A paisagem carioca, 2000: 83)



Fig.8: KLM, c.1960.
(A paisagem carioca, 2000: 83)

A “cidade maravilhosa” foi exaltada por cronistas, escritores, poetas, músicos, compositores, pintores, desenhistas e fotógrafos, oriundos, em sua maioria, das classes média e alta. Assim sendo, toda essa produção ufanista ganhou espaço privilegiado tanto nas mídias impressas (jornais, revistas, cartões postais), como também, a partir dos anos 1930, no mais novo meio de comunicação de massas, o rádio, pela difusão das múltiplas formas de música popular.

As maneiras de representar da cidade, sobretudo as que a exaltam como a capital da beleza, têm sido até os dias de hoje sobejamente difundidas pelas mídias, reforçando sempre o Rio como uma *visão*, uma imagem estereotipada, um clichê de suas “maravilhas” que atinge fortemente a sensibilidade das pessoas, dominando a imaginação dos cariocas, dos brasileiros e mesmo dos estrangeiros. Em seu contínuo processo de difusão midiática, essas representações ganham também espaço no imaginário popular internacional, aliando positivamente dois valores culturais caros à modernidade: a beleza natural com a beleza de um urbanismo (de Pereira Passos) que priorizou os espaços monumentais, ditos simbólicos do ponto de vista da História Oficial.

Este urbanismo se fez em detrimento das questões vinculadas com o problema da moradia dos menos afortunados, retirando os pobres da zona central da Cidade em função da demolição dos antigos casarios coloniais que funcionavam como habitações populares (cortiços, pensões, etc.). Como consequência, ao não planejar e promover um programa que alocasse essa população de baixa renda próxima do local de trabalho, ensejou o surgimento irregular de um grande número de favelas, encarrapitadas em seus inúmeros morros, e que não cessam de se expandir até os dias de hoje, sem que o poder público atual tenha condições de intervir.

A partir da expansão das favelas, o Rio passou a ser conhecido, ou melhor, identificado paisagisticamente, também por esse novo cenário, o qual, nos primórdios, era

retratado pelos meios de comunicação como algo pitoresco, idílico e exótico, ligado a ingenuidade e pureza dos pobres que ali viviam. As favelas foram, nos meados do século XX, tema constante de pintores, fotógrafos e cineastas como o francês Marcel Camus que filmou, numa favela do Rio, *Orfeu do Carnaval*, baseado na opereta de Vinicius de Moraes e Antonio Carlos Jobim, ganhando a Palma de Ouro em Cannes no ano de 1959 e prêmio de melhor filme estrangeiro no Oscar e o Globo de Ouro em 1960. O sucesso desse filme, refilmado recentemente pelo diretor Cacá Dieges e protagonizado por Tony Garrido, ampliou essa forma de representação estética ao olhar dos turistas estrangeiros.

O *olhar paisagístico*, portanto, é precisamente esse modo de olhar proveniente da cultura hegemônica, que descreve o país como uma composição paisagística, a qual dá surgimento ao longo da história a um sem número de signos, clichês e estereótipos, comumente tomados como representações da identidade brasileira, tais como: a terra “em que se plantando tudo dá”, escrita na carta de Pero Vaz de Caminha, escrivão da frota de Pedro Álvares Cabral, ao rei D. Manoel em 1500; o *País do Futuro*, livro do escritor Stefan Zweig, publicado em 1941; o país que vive “deitado em berço esplêndido”, parte da letra do hino nacional, de 1889; o “Brasil Grande”, mote midiático usado pelo regime militar; e, por fim, “Deus é Brasileiro”, dito aqui e acolá no dia-a-dia dos populares, o qual pode ter sido a modernização da expressão original de Caminha.

DO OBJETO DO TRABALHO

Esta pesquisa-tese procura reconstituir criticamente a história do processo de construção identitária do Brasil, processo este que tem sua gênese no olhar que vem do estrangeiro e é fundado sobre a proveniência e a emergência do *olhar paisagístico*, tomando como elemento seminal da iconografia dos artistas viajantes, sobretudo dos primeiros pintores e desenhistas europeus que por aqui passaram, incorporados às missões oficiais de cunho científico-tecnológico. A tarefa principal dessas missões era descortinar a natureza brasileira através de ilustrações classificadas, seguindo os cânones da ciência naturalista para que os europeus pudessem conhecê-la e desfrutar de seus encantamentos, sem se aventurar a cruzar o Atlântico.

Em outras palavras, o objeto do meu trabalho de pesquisa é demonstrar a hipótese que a constituição da identidade cultural brasileira, seguindo a complexidade dos fatores históricos que a configuram, é um modo de ver e produzir uma visão do Brasil, estreitamente vinculado à iconografia, que retrata o território brasileiro genericamente, como uma paisagem natural de caráter exótico-pitoresca. Uma identificação que continua presente e perpassa vários discursos e representações políticas e midiáticas. Procuro ainda demonstrar que as variações desses trabalhos, ao longo da nossa história, vêm criando passo a passo a imagem de um Brasil exuberante, que mesmo sofrendo modificações estéticas ainda mantém traços dessa memória fundadora.

Assim, esta pesquisa pretende evidenciar a importância do uso da iconografia, tanto como instrumento auxiliar proeminente para a construção dos mais relevantes discursos e

enunciados historiográficos e etnográficos - que se constituíram nas grandes narrativas que pretendiam dar conta da identidade cultural brasileira nesses períodos de consolidação do país como Nação soberana -, quanto por sua autonomia narrativa em forma de imagens, as quais, simplesmente, têm o poder de comunicação simbólica, instantâneo e universal.

Ou seja, meu trabalho vai analisar como as imagens se portam como “narrativas visuais”, tornando-se, na maioria das vezes, autônomas e até mesmo metonímicas em relação aos textos historiográficos que vieram a marcar a primeira História Oficial do Brasil de autoria de Adolfo Varnhagem, assim como a obra de Gilberto Freyre, Capistrano de Abreu, Sergio Buarque de Hollanda e Darcy Ribeiro.

Vale lembrar que são todas elas exemplos de historiografias-antropologias-sociologias. No que pese a singularidade de cada um dos autores em seus modos de escrever sobre a formação do país, tomam a história como disciplina no seu sentido clássico, respeitando as noções de evolução, unidade, totalidade e sobretudo finalidade. Essa forma de descrever a história define-se pela ordem como fio condutor da narrativa, seguindo, de uma maneira geral, o modelo ocidental que se ancora no progresso civilizatório como um paradigma universal.

Dessa forma, essas teorias se constituem, antes de tudo, em relatos inseridos em contextos que consideram prioritariamente o sistema de produção econômico como base de sustentação para que daí se desenvolva a seqüência narrativa dos acontecimentos tomados como relevantes, do ponto de vista da formação e consolidação do país.

No caso da narrativa de Varnhagem o princípio explicativo na formação do Brasil, é enaltecer o papel unilateral desempenhado pelos governantes da metrópole européia, dos reis e dos príncipes portugueses, assim como sinalizar o porvir do país como uma nova frente na expansão da cultura européia em sua missão de levar a civilização ao resto do mundo.

Nas obras republicanas de cunho nacionalista, de Capistrano de Abreu, Gilberto Freyre, Sergio Buarque de Hollanda, Darcy Ribeiro e outros, procuram ressaltar, ao contrário de Varnhagem, a positividade épica da ação do nativo brasileiro como sujeito histórico. Ou

seja, há aí uma preocupação primordial em definir uma etnicidade brasileira dominante, tentando desenhar o perfil do que consideram o povo brasileiro, seja no sertanejo do historiador Capistrano, no mulato do sociólogo pernambucano Freyre ou no bandeirante paulista criado pelo sociólogo Buarque de Hollanda, em cujas mãos a origem e o destino do país estaria depositado, e no *povo novo*, resultado caldeamento de culturas e etnias, sob o comando dos portugueses, descrito pelo mineiro/carioca Ribeiro. Esse ponto de vista, calcado na intenção de definir uma etnicidade dominante e emblemática da brasilidade, está no cerne da preocupação desses autores nacionalistas, nascidos em diferentes regiões do país, como ponto central em seus projetos de conceber a identidade cultural brasileira segundo a ideologia que a constrói.

Como noção de finalidade histórica para o país, essas narrativas divergem segundo o intelectual que a desenvolve. O futuro para o Brasil seria um tanto duvidoso no olhar de Capistrano e Hollanda, mas extremamente otimista para Freyre e Darcy, estes últimos que imaginam a Nação brasileira como uma nova civilização nascida de sua singularidade étnica e geográfica: uma espécie de Grécia dos trópicos.

As representações iconográficas, que serão analisadas em profundidade, pretendem demonstrar como um determinado repertório de imagens produzidas num mesmo período histórico reforça as teorias, que esses pensadores cunharam, sobre o Brasil. Isto é, apesar de serem divergentes em muitos aspectos, convergem em relação à iconografia do passado ao visualizarem as figuras humanas como parte integrante da paisagem, mimetizadas com os elementos naturais, o solo, a terra e, enfim, apresentadas como “pura” natureza.

As imagens produzidas pelos artistas plásticos, oriundos tanto do academicismo europeu quanto do movimento modernista de 1922, possuem uma correspondência ideológica com as teses desses intelectuais. São figuras humanas tomadas como tipos brasileiros, sujeitos históricos na construção nacional, e que aparecem como elementos estéticos na composição

paisagística, obedecendo ao modo de olhar o Brasil que vê e produz uma visão do país como uma composição paisagística (reciclada continuamente através da história): *o olhar paisagístico*.

Mais uma vez quero afirmar que esse modo de olhar o Brasil, que provém do olhar exótico dos viajantes e chega aos artistas da atualidade, se alastra para a sociedade, como forma de se imaginar identitariamente no estranhamento do europeu. Também mostrado no último capítulo, como essas formas de representar o “brasileiro padrão”, um elemento humano tão prezado nas teorias nacionalistas, continuam atuais e atuantes nos dias de hoje, aparecendo da mesma forma que dantes, amalgamadas à paisagem, vivas na mídia, sobretudo na produção publicitária.

DO MÉTODO

Como método a ser empregado no trabalho, optei pela genealogia, descrita por Foucault em seu livro *Microfísica do poder* (1982), como uma forma de interpretar a história sobre leituras e análises críticas de representações discursivas e, sobretudo visuais. Este método utiliza os fenômenos históricos em sua singularidade e não como fenômenos dados, encerrados em conclusões que os fazem aparecer como verdades naturais.

No meu trabalho, este viés da singularidade histórica vai ser mostrado no aspecto retórico da fabulação do país, a qual constrói a composição paisagística que se impõe à identidade cultural brasileira, sendo assumida pela população em geral como algo definitivo e inquestionável. A genealogia, de fato, pode mostrar a montagem dessa retórica, que ao longo da nossa colonização foi criando mecanismos de absorção identificatória, pelo senso comum do que chamo de *olhar paisagístico*.

Em suma, o que pretendo empreender nesta pesquisa é convergente com uma postura crítica e interpretativa de narrar os movimentos que procuravam identificar o Brasil sob um olhar simplificador, que vê e dá a ver o país pelos seus aspectos naturais e paisagísticos, ignorando sua complexidade sociocultural. É a visão fabulada de que o Brasil seria um paraíso tropical, silenciando uma realidade de profundos contrastes sociais e de crescentes tensões na vida de seus habitantes, o que estaria bem longe de um lugar de paz paradisíaca como tem sido retratado ao longo desses séculos.

Utilizarei, para leituras e análises das imagens e iconografias que compõem o *olhar paisagístico*, o que Foucault designa por proveniência e emergência.

Proveniência, *Herkunft* em Nietzsche, é entendida como o “antigo pertencimento a um grupo”, não apenas uma origem. Serve para definir a especificidade de um acontecimento ou de uma sucessão de acontecimentos de um mesmo caráter, diferenciando-o, selecionando-o e seccionando-o dos demais. Ser proveniente, segundo Foucault, não é ser semelhante e também não é “nada que se assemelhe à evolução de uma espécie, ao destino de um povo”. Pelo contrário, a proveniência ajuda a “demarcar os acidentes, os ínfimos desvios”, procurando manter a pesquisa etnográfica como uma investigação longe da crença de que possa existir uma causa, uma verdade, um ser causador e um causado, cada um deles geradores de um destino. Ler as imagens através da proveniência é se ater ao que o autor chama de “exterioridade do acidente”. Ou seja, perceber e analisar detalhadamente a maneira na qual o acontecimento aparece e sob que condições ele aparece, para mostrar a heterogeneidade daquilo que se supõe homogêneo, tornando visível sua complexidade e o interior de sua correlação de forças, desvelando algo que se pensava “em conformidade consigo mesmo”, segundo as palavras de Foucault. (1985: 20-22)

Quanto ao conceito de emergência, *Entstehung* em Nietzsche, Foucault o associa ao “ponto de surgimento”, o momento singular do aparecimento de um acontecimento na história, ou então, o “princípio e a lei singular” que o faz aparecer e que se produzir sempre num determinado estado das coisas: “*a entrada em cena das forças*”. (Foucault, 1985: 23-25)

Aqui, nesta pesquisa, basicamente, será feita a análise interpretativa sobre o sentido e o significado das composições paisagísticas em seus respectivos contextos históricos. Elas não serão utilizadas como “fontes” históricas - no sentido clássico que esse conceito tem sido tratado pelos historiadores -, mas como noção de que elas surgem como “traços” que vinculam o passado ao presente, como sugeriu o historiador holandês Gustaaf Renier, (1892-1962), transcrito por Peter Burke:

“o termo “traços” refere-se a manuscritos, livros impressos, prédios, mobília, paisagem (aquela modificada pela exploração humana), bem como a de muitos tipos de imagem: quadros, estátuas, entalhes, fotografias.” (2003: 16)

É preciso também esclarecer que o sentido que estou dando à palavra iconografia neste trabalho é referente a um determinado repertório de imagens que, a meu ver, retratam o *olhar paisagístico* sobre o Brasil. Minha abordagem é diferente de sua acepção tradicional de estudo das iconografias em geral, que expressa um método de ler imagens “entre linhas”, para delas extrair o seu sentido, ou seja, aquilo que elas podem comunicar como evidência histórica, em que pese o próprio Burke indagar se esse sentido pode ser realmente traduzido em palavras: “Imagens podem ser irremediavelmente mudas”. (Burke, 2003: 43)

Segundo Burke, o grupo mais famoso de pesquisadores - sobretudo os mais ligados à antropologia, à arqueologia e à história - que usou as imagens como “traços” e, a partir delas, empreenderam análises ou “leituras” interpretativas em busca de novos elementos significativos que viessem a enriquecer suas pesquisas, surgiu em Hamburgo por volta dos anos 1920 e foram chamados de “iconografistas”. Esse grupo de estudiosos das imagens, incluía Aby Warburg (1866-1929), Fritz Saxl, Erwin Panofsky (1890-1948) e Edgar Wind (1900- 1948) e ficou conhecido como “Escola Warburg”, cuja obra que resume o enfoque do grupo é de autoria de Panofsky, publicada em 1939. Segundo Burke, “(...) todos [eles, foram] estudiosos com boa educação clássica e grande interesse por literatura, história e filosofia”. (Burke, 2003: 44)

Conta Burke que Panofsky, em um ensaio, distingue três níveis de interpretação na leitura das imagens que serviriam como elementos na pesquisa histórica. O primeiro se referia a um nível que toma os aspectos da imagem em seu “sentido natural”, ou seja, na simples identificação dos objetos por ela representados: cadeiras, frutas, edifícios, vegetação, além de eventos tais como festas, refeições, batalhas, cerimônias, rituais etc. O segundo nível de leitura é analítico. Panofsky considerava que o observador se voltava para o “sentido convencional”, situando a cena num contexto histórico, ou seja, identificando uma batalha

como sendo a de *Waterloo* ou uma refeição como sendo *A Última Ceia*. O terceiro nível se distingue como o princípio fundamental do método de Panofsky. É quando se destaca da iconografia a forma como ela está composta, que traz o que ele denominou de “*sentido intrínseco*”, ou seja, “princípios subjacentes que revelam a atitude básica de uma nação, um período, uma persuasão religiosa ou filosófica” (Burke, 2003: 45). Segundo Burke, ainda, este é o nível de interpretação é o que vai interessar aos historiadores culturais.

Com efeito, é o terceiro nível de “leitura” das imagens, definido por Panofsky como “iconologia”, que me interessa empreender nesta tese, na medida em que ele pode revelar, em termos do método adotado - a genealogia - o que vem a ser o equivalente à *proveniência* e à *emergência* nos conteúdos simbólicos das imagens e seus respectivos sentidos ideológicos. Por consequência, seu uso político através da criação de seus campos de significação que, como já mencionei, interessavam aos colonizadores e às elites em seu projeto de articulação de poder para consolidar a hegemonia cultural.

No caso específico da minha pesquisa, pretendo revelar o sentido de cada imagem para produção de uma visão do Brasil como uma composição paisagística e de que modo elas se infundem na construção da identidade do país, tendo como pano de fundo a ideologia do momento histórico singular em que cada uma delas foi elaborada. Em resumo, vou adotar aqui um método de análise que esclareça sobre a produção e os usos da iconografia (reprodução, exibição e impacto na mensagem) durante as fases da história do Brasil, tentando traduzir em palavras o que Francis Haskell, citado por Burke, definiu como: “o impacto da imagem na imaginação histórica” (Burke, 2003: 17). Como argumenta Burke:

“as imagens são elementos que nos permitem *imaginar* o que se passou na história da forma mais compartilhada, mais próximo de uma vivência, de uma experiência sensível e existencial.” (Burke, 2003: 17)

O método por mim escolhido levará a perceber e interpretar analiticamente, através de leituras das imagens - ou melhor, de um determinado repertório de imagens -, os mecanismos usados que as levam a desempenhar um papel articulado aos discursos identitários, os quais

ênfatizam e propagam, através das mais diversas mídias, uma *visão* do Brasil construída e materializada imgeticamente no *olhar paisagístico*.

Nos capítulos que se seguem vou tratar de “ler” imagens selecionadas a partir de diversas procedências: tanto as oriundas das elites que relacionam seus discursos historiográficos e científicos ideologicamente - geralmente obras de arte que fazem uso de meios tradicionais e técnicas expressivas (desenhos, pinturas, gravuras, esculturas) - quanto aquelas que emergem na cena cultural ilustrando fabulações que povoam a imaginação popular dos brasileiros e são visualizadas por meio de clichês usados no dia-a-dia e impressos em cartazes, folhetos publicitários, postais, ilustrações fotográficas de matérias jornalísticas, vinhetas, anúncios publicados em livros, jornais e periódicos, *outdoors*.

Examinarei esses dois grupos de imagens na convergência de seus significados, dentro da cena cultural e do contexto da ideologia, utilizados pela retórica como um dispositivo simbólico a serviço da cultura hegemônica. Ou seja, analisarei a sua serventia no processo contínuo de produção e reprodução da histórica visão do Brasil como composição paisagística, introjetada na identidade cultural e difundida nos mais diversos meios de comunicação de massa: livros, periódicos, cinema, televisão e Internet.

Enfim, vou empreender a análise do material relacionado a imagens do paisagismo, usando as categorias da genealogia, que são *proveniência* e *emergência* (no sentido que Foucault lhe empresta). Este método ajudará a pôr em evidência as singularidades e correlações entre essas imagens e os discursos hegemônicos sobre o mesmo tema. Isto, em conjunto, afeta a imaginação dos brasileiros servindo, desde a “descoberta” do país, como “argamassa simbólica”, no sentido de ser algo que articula e unifica os diversos grupos sociais nas vinculações com a hegemonia sociocultural e política.

Foucault no capítulo “Nietzsche, a Genealogia e a História”, da *Microfísica do Poder*, afirma, logo no primeiro parágrafo, que a genealogia é “meticulosa e pacientemente

documentária”. (Foucault, 1982: 15) A seguir, critica Paul Rée e os ingleses que pensam a história da moral como uma seqüência linear de gêneses, “como se as palavras tivessem guardado seu sentido, os desejos sua direção, as idéias sua lógica” (Foucault, 1982: 15); quer dizer, como se o mundo não fosse marcado por mudanças no modo de olhar o cotidiano e as palavras não mais tivessem sentido, os desejos não procurassem ser alcançados e as idéias perdessem a lógica.

Segundo Foucault, no método genealógico os acontecimentos são marcados minuciosamente na suas singularidades para, após uma investigação demorada e meticulosa, percebê-los onde menos se espera, considerá-los aparentemente despossuídos de história, entranhados no cotidiano, por entre sentimentos amorosos, na forma de consciência, na ação dos instintos. Ainda de acordo com o autor, cabe à genealogia acompanhar os movimentos de ida e vinda dos fatos, a reincidência, sem imaginá-los como um processo evolutivo, mas para percebê-los em cenários próprios, como atores que desempenham papéis distintos em seus pormenores.

Adotar neste trabalho o caminho da genealogia, como método de investigação da história pela perspectiva de Foucault, exige um saber construído lentamente, que se exercita na paciência para acumular um grande número de informações sobre a proveniência histórica da iconografia e sua emergência na identidade cultural brasileira. Assim, como premissa adoto a postura oposta à maneira linear de olhar a história, como uma pesquisa em busca de uma origem única.

A genealogia de Foucault é uma forma de “escutar a história”, contrária à metafísica, ou seja, a toda e qualquer narrativa que sobreponha seus próprios desígnios ideológicos, à análise sistemática e meticulosa da singularidade dos acontecimentos, para tentar encobri-los, disfarçá-los com generalizações e supor que a identidade cultural é unificada pelo somatório das culturas de um povo: uma unidade simbólica e globalizadora da multiplicidade e da

diversidade das formas de expressão cultural, operacionalizada pela retórica ufanista dos discursos e representações visuais. No caso brasileiro, discursos preocupados em criar a imagem mítica do país, associada a uma natureza inexoravelmente pródiga, e dotada de exuberância luxuriante de sua paisagem e inesgotabilidade de recursos originários de seu meio ambiente natural, como já mencionei antes.

Cabe lembrar que, ao adotar a análise genealógica como método de pesquisa, intenciono revelar a proveniência e emergência de um repertório de imagens, por mim selecionado, que serão trabalhadas no corpo desta tese. Imagens que veiculam visualmente uma identidade cultural brasileira associada ao paisagismo e que tem como pano de fundo o modo de olhar o Brasil do ponto de vista do colonizador europeu (*olhar paisagístico*), incorporado no imaginário coletivo dos brasileiros desde a colônia até os dias de hoje, como algo natural e dado a priori.

É sabido que o Brasil sempre trouxe a marca originária de uma heterogeneidade, em termos humanos, étnicos e mesmo socioculturais. Por isto a iconografia também se apresenta como retrato dessa conjuntura, na condição de instrumental para a construção de identidades raciais, segundo discursos provenientes dos grupos hegemônicos.

Para além de sua utilização, ilustrando as mais diversas versões sobre a identidade racial brasileira, a iconografia traz ora o discurso da branquitude, o qual proclama claramente a supremacia do branco sobre as outras raças; ora narrativas que propugnam a eugenia como solução da identidade do povo brasileiro; ora evocação da histórica miscigenação racial, defendendo a idéia de que a “raça” brasileira é uma mistura do negro, índio e branco; ora dos aspectos fenotípicos dos negros, como valores positivos de virilidade, erotismo e de uma força selvagem própria da natureza dos brasileiros. É uma iconografia responsável, também, pela transmissão de ideologias que tentam demonstrar haver no país uma democracia racial, conforme o quadro *Operários*, de autoria de Tarsila do Amaral, datado de 1931. [fig.9]



Fig.9: Operários, Tasila do Amaral, 1931. (Zanini, 1983: 576)

Seguindo esta mesma linha, a iconografia é analisada nesta pesquisa procurando examinar a estetização das relações raciais em imagens que trazem o exotismo e o pitoresco, provenientes do olhar dos viajantes. São figuras que retratam determinados tipos humanos, caracterizando-os como “naturais”, no sentido de originários da terra brasileira, autóctones, o que também significa tomá-los parte indissociável de uma essência proveniente do selvagem puro, considerada pelo senso comum como despossuída de toda e qualquer cultura e por isso sem possibilidades de ajudar o progresso da civilização. Esse expediente é operado esteticamente no tratamento dado por artistas e produtores culturais, de uma maneira geral, visando evocar e visualizar, racialmente, a identidade cultural brasileira através desses tipos humanos.

Procurarei evidenciar, também, que tal forma de representar a brasilidade ressalta alguns aspectos corporais dos brasileiros em caracterizações estereotipadas (por vezes caricaturadas) das aparências fenotípicas dessas figuras humanas. Com isso se cria idealizações e tipificações que se incorporam ao senso comum como o modelo do “brasileiro autêntico”. Só que esses tipos são notadamente diferenciados do padrão de figura humana, quase sempre identificados por quem produz essas imagens como sendo as do “branco” europeu, com sua elegância também naturalizada.

Cabe destacar, ainda, que a iconografia viajante afeta decisivamente a produção de imagens-signos nos mais diversos períodos históricos: os naturalistas do século XIX, o romantismo indigenista, o movimento de vanguarda do século XX, conhecido como os modernistas, e a contemporaneidade, onde os meios tecnológicos de produção de imagens se instalam e ajudam na difusão de tipos os mais diversificados e marcantes possíveis. As imagens mostradas nesta tese, portanto, são as que procuram representar figuras humanas tipificadas como símbolo da brasilidade apresentam como resultado a estetização exótica e o amalgamento dessas figuras à paisagem natural.

Também pretendo mostrar como, do ponto de vista étnico, os tipos humanos criados inicialmente pelos artistas-viajantes oitocentistas podem ser considerados, pelo senso comum, como “não brancos”, uma vez que as representações destacam muitos de seus aspectos fenotípicos, como a pele escura, os cabelos crespos, os olhos amendoados, os lábios grossos e os narizes achatados. São características físicas que marcam uma descendência afro-ameríndia, diferenciando-os dos “brancos”, descendentes dos europeus. Assim, associando a aparência física à terra virgem, definem o “povo brasileiro” como não civilizado e parte inseparável da natureza exótica-tropical.

Na prática, esses retratos da “raça brasileira” à guisa de enaltecer a brasilidade emergente pela miscigenação dos diversos grupos étnicos que compõem a população (dispositivo retórico e ideológico presente nos discursos modernos e que acabam por se transformar em hegemônicos), de uma forma geral, são pródigos em realçar determinados aspectos corpóreos das figuras humanas. Meu trabalho quer mostrar como se produziu a estetização racial do “brasileiro típico”, no mais das vezes, enaltecendo seus dotes físicos (virilidade, força bruta, erotismo) como a força selvagem da própria paisagem natural do Brasil. Esses retratados são hoje, como outrora, a maioria povo brasileiro, oriundos das classes sociais menos abastadas, sobrevivendo do trabalho braçal e desqualificado, desvalorizados no plano da cidadania, tratados à margem das decisões do poder e das políticas educacionais e culturais, ou seja, sem grandes possibilidades de mudar seu *status* social. Ironicamente, essas figuras estereotipadas são destacadas nas imagens dos artistas das mais diversas procedências, apresentando-se como a identidade brasileira para o mundo estrangeiro, mesmo que as elites políticas e econômicas ainda as imaginem invisíveis e não fazendo parte do conjunto da nação que tem direitos sociais.

Ou seja, este trabalho vai destacar o processo pelo qual “mestiços” ou “miscigenados” são destituídos de sua condição humana, ao mesmo tempo em que naturalizados como

“brasileiros autênticos” e parte da paisagem natural, uma vez que são provenientes da iconografia que vem desde os viajantes e que atravessa toda produção artística nacional acadêmica, modernista e contemporânea.

As obras de arte analisadas nesta tese são de artistas eruditos, vinculados ao que se convencionou chamar de alta cultura - desenhos e pinturas em sua grande maioria. A seleção delas baseou-se em terem sido as primeiras formas de representação associadas a discursos e enunciados historiográficos, sociológicos e antropológicos marcantes para a identidade cultural brasileira. Dessa maneira se consagraram ao longo da história como modelos estéticos fundamentais na constituição do imaginário nacional e, como consequência, na geração de outras formas e meios de representação visual, como a fotografia, o cinema e o vídeo, que estão em constante e incessante processo de reciclagem e se ajustam perfeitamente às demandas dos *mass media*.

Como esta pesquisa nasce na busca da compreensão da identidade brasileira, partindo do olhar estrangeiro do viajante dos séculos passados, vou utilizar, como fonte de pesquisa e análise, um repertório iconográfico dos artistas-viajantes que aqui estiveram catalogando e analisando o território brasileiro, especialmente os do século XVIII. Usarei também quadros de pintores renomados, que trazem as informações pertinentes ao meu estudo e por fim, a iconografia atual, que é uma síntese da visão contemporânea aos acontecimentos vividos no período do Brasil Colônia e Império.

Pretendo estabelecer paralelos entre os enunciados e a iconografia dos diversos períodos históricos, incluindo a produção midiática de modo a relacioná-los criticamente. Esta análise tem em vista examinar a convergência ideológica entre os textos e as imagens, no que diz respeito à construção da identidade brasileira sob o viés paisagístico, destacando as cenas que retratam tipos humanos como “sujeitos históricos” da brasilidade, ícones que servem de modelos para as versões identitárias sobre o Brasil.

Reis, filósofo e historiador, em seu livro *As Identidades do Brasil*, dá uma pista para ser seguir:

“algumas das mais importantes interpretações do Brasil, dos principais discursos ou modelos discursivos ultrapassam a simples condição de simples referências intelectuais para se tornarem “*inventoras*” das identidades do Brasil vivido e real, orientando os brasileiros em suas opções políticas, em sua auto-representação.” (Reis, 1999: quarta capa)

Em outras palavras ele afirma que a identidade do Brasil pode estar encoberta aos nossos olhos, mas podemos encontrá-la nas entrelinhas dos discursos oficiais, das imagens que apresentam a terra e seu povo e das demais mensagens emitidas no cotidiano. Assim, é preciso analisar as representações impressas nas imagens e descritas em textos sobre exótico-natural que seria o Brasil e para isto seguirei a procedência e a emergência do método da genealogia apresentado por Foucault.

Dentre os desenhos que selecionei, os de Debret serão importantes objeto de estudo desta tese, já que mostram os tipos humanos e costumes que povoam as ruas do Rio de Janeiro e arredores, trazendo suas impressões descritivas sobre a vida e a organização social dos brasileiros. Foram eles que subsidiaram fortemente a primeira versão oficial da *História do Brasil* de autoria de Adolfo Varnhagem.

Também vou relacionar a produção de artistas de formação academicista, fortemente influenciados pelo romantismo indigenista, na sua forma de retratar indivíduos modelares para ilustrar etnicidades consideradas autenticamente brasileiras. Isto na visão dos primeiros escritores preocupados em construir uma história do Brasil que fortalecesse o nacionalismo na passagem do Império para o período republicano, tomando como exemplo a obra seminal de Capistrano de Abreu.

Posteriormente sigo esse mesmo procedimento analítico tomando como exemplo as representações visuais vinculadas aos ditos “brasileiros típicos” na visão do movimento modernista de 1922, cuja obra tem correspondência direta com as grandes narrativas modernas sobre a brasilidade de autoria de Freyre e Holanda.

Volto a enfatizar que em todos os retratos dos chamados “brasileiros típicos” - feitos desde os viajantes europeus, passando pelos acadêmicos, modernistas das décadas de trinta e quarenta do século XX até a mídia atual - as figuras humanas têm em comum o fato de suas aparências estarem relacionadas esteticamente com o *olhar paisagístico*. Ou seja, intenciono evidenciar os principais artifícios usados pelos artistas para representar os brasileiros tipificados, como “coisas” naturais, ou melhor, como elementos que compõem esteticamente a representação da paisagem. Desta forma, continuam vinculados com um modo de olhar hegemônico, o *olhar paisagístico*, produzindo uma visão do país materializada em uma totalidade e com um só significante: a paisagem natural.

Em outras palavras, pretendo relacionar o conjunto de imagens provenientes da produção artística, desde os viajantes às veiculadas na mídia atual, com obras selecionadas da historiografia brasileira, com o objetivo inicial de mostrar como essa iconografia serve de ilustração para os enunciados históricos e, ao mesmo tempo, como a reincidência de aspectos estéticos que fazem com que as representações das figuras humanas do passado ainda permaneçam vivas nos tempos atuais, especificamente no que diz respeito à produção midiática. São imagens que reaparecem recicladas nas representações modernas feitas pela mídia, onde ainda é possível encontrar traços estéticos que provêm dos modelos eruditos realizados por artistas do passado, só que agora em plena condição de clichês, vinculados ao universo da comunicação de massas.

Retomando o enunciado inicial, o objeto principal e hipótese que pretendo demonstrar é como, através dos tempos e nas mais diversas situações, inseridas de diferentes contextos socioculturais ao longo da nossa história, mantém-se intacta como referência inequívoca uma determinada forma de representar o Brasil em sua condição genérica de unidade cultural e identitária como uma composição paisagística. Forma que se torna historicamente hegemônica e é introjetada no senso comum, através daquilo que Gramsci chama de “vontade

coletiva”. Segundo minha hipótese, as imagens que retratam o país como uma composição paisagística, estão diretamente relacionadas com iconografia desde os viajantes e são utilizadas como poderoso artefato simbólico de comunicação que emerge na cena social continuamente reciclada nas formas de produção e veiculação midiática. Tudo isto provém de um modo de olhar exótico-pitoresco para o país que o vê e o representa historicamente segundo o *olhar paisagístico*.

Assim, no Capítulo 1 examino o *olhar paisagístico* sob vários aspectos, primeiro dentro da perspectiva filosófica de Cardoso no que se refere às diferenças entre *ver* e *olhar*, a seguir, à luz da psicanálise abordo como o olhar dos naturalistas e iconografistas estrangeiros construíram uma fantasia do Brasil, forjando uma identidade baseada no exótico e paradisíaco, que se conflita com o desejo dos brasileiros de se parecer com o pai colonial e ter uma identidade calcada na civilização européia. Para isto utilizo, principalmente, Souza e seu livro *Fantasia de Brasil*. Ainda no capítulo 1 analiso como o *olhar paisagístico*, torna-se uma visão condensada do país e assimilada culturalmente, inserindo-se na sociedade do espetáculo onde a imagem paisagística se torna um valor a ser explorado pelo capitalismo imaterial, segundo Debord.

No Capítulo 2 analiso, à luz da história, o surgimento do *olhar paisagístico*, partindo dos pintores que vieram com Maurício de Nassau, no século XVII e o papel de Humboldt e os demais ideólogos da ciência naturalista que construíram uma tipologia e taxionomia do Brasil.

Por fim, o Capítulo 3 é onde eu analiso detalhadamente as imagens que constroem o Brasil, como uma terra paradisíaca, de cores e formas que inspiravam desejos de gozo, realização e satisfação imediata de tudo o que faltava e falta à Europa. Sigo o percurso histórico para demonstrar como o *olhar paisagístico* permanece no imaginário do povo brasileiro e é utilizado pelo *marketing* para beneficiar a sociedade de consumo, especialmente pelo mercado imobiliário.

1.1. O ver e o olhar

Como já mencionei em linhas gerais, o conceito de *olhar paisagístico*, utilizado neste trabalho, pode ser entendido como uma variação do conceito de *olhar estrangeiro*, também compreendido como *olhar exótico*. Ou seja, o *olhar paisagístico* traduz o modo como um estrangeiro descreve um mundo que, por estar fora do eixo ótico do seu conhecimento, não lhe é familiar.

O que vou apresentar nesta tese é a terra brasileira retratada na forma representacional de composições paisagísticas. Essa maneira de deixar ver o mundo estrangeiro e peculiar, difere de um simples *mostrar* e traz um sentido que nem sempre fica explícito ao outro, o espectador externo. São imagens plásticas que pretendem comunicar uma realidade até então desconhecida, com o objetivo primordial de torná-la conhecida e aceita como um valor.

Nesta perspectiva é possível se compreender o *olhar paisagístico* como sendo uma lente cultural, um fenômeno relacionado ao intento de organizar a visão do sujeito coletivo e como consequência a estruturação de uma identificação que projeta visualmente a idéia de um Brasil como uma composição paisagística.

Pretendo, portanto, examinar esse *olhar paisagístico*, desde seu surgimento no desenho, na pintura, na gravura dos artistas-viajantes e, mais recentemente, na fotografia, no cinema e no vídeo. Analisar o modo como ele foi construído e introjetado no imaginário brasileiro e estrangeiro, a partir de sua emergência como forma de expressão do contexto histórico do qual é proveniente, até sua assimilação como produção da verdade, por um outro contexto cultural. A transposição desse *olhar*, em um outro momento, para uma outra dimensão, coloca-o na condição de observador de uma paisagem que não é a sua, melhor dizendo que é de um mundo estrangeiro ao seu.

É necessário compreender, primeiro, a forma da produção iconográfica ocidental emergir na cultura, compondo uma representação paisagística, ou seja, como ela se torna produção de um modo específico de *olhar* e dar a *ver* o mundo. Para isso, se faz necessário examinar à luz do campo filosófico da percepção visual os significados de *ver* e de *olhar*, no contexto das grandes navegações, cujo propósito era explorar o Novo Mundo, levando o território brasileiro, através dos registros iconográficos feitos pelos pintores viajantes oitocentistas para que a Europa o conhecesse.

Para bem compreender o fenômeno da percepção visual, vou abordar as diferenças entre o *ver* e o *olhar*, como propriedades do ser humano, tomando como base as reflexões de Cardoso em seu ensaio intitulado “Olhar viajante”, publicado na coletânea *O Olhar*, organizada por Novaes (1997).

Cardoso entende o *ver* e o *olhar* como funções do ser humano para perceber o mundo sob um estado do que Merleau-Ponty (1945) chama de “fé-perceptiva”. Esse conceito traz em si o pressuposto de haver uma tácita aceitação de que o mundo visível existe como uma realidade fora do sujeito, aberta em si mesma à apreensão pelos sentidos humanos, em especial o da visão.

Segundo Cardoso, verifica-se imediatamente uma diferença de sentido e significado entre o verbo *olhar* e o verbo *ver*. Essa diferença se estabelece na prática, na medida em que há maior e menor implicação do sujeito, nesse acontecimento. Ou seja, *olhar* implica uma participação ativa do sujeito no seu encontro com o mundo, ao contrário da simples passividade do *ver*. A experiência concreta no ato da visão é a melhor forma de se entender a oposição entre o *ver* e o *olhar*, na medida em que essas duas funções configuram campos de significação distintos, pois “assinalam em cada extremidade do nosso fio justamente *sentidos diferentes*”. (Novaes, 1997: 348)

O autor sustenta a idéia segundo a qual o *ver* está associado a um conceito de discrição e passividade, que reduz a percepção de quem vê à “docilidade” e à “desatenção” do que está sendo visto. O olho que simplesmente vê é “deslizante”, restringindo-se à superfície do mundo. Atém-se à sensação ótica, ao puro estímulo visual. Ao contrário do *ver*, o *olhar* remete à interioridade e subjetividade do sujeito que olha, fazendo-o se voltar para a indagação, para a investigação do mundo, dando a entender que esse *olhar* se origina de um desejo de ver de novo ou, melhor dizendo, *ver o novo*. É como uma busca, atenta e compulsiva para novas respostas, mas também para novas perguntas. “Como se irrompesse sempre da profundidade aquosa e misteriosa do olho para interrogar e iluminar as dobras da paisagem. (Novaes, 1997: 348)

Em resumo, o *ver* na concepção de Cardoso é um momento em que o espectador se abandona, “dobrando-se à soberania do mundo”. Já o *olhar* reivindica sua presença e participação como sujeito e de seus atributos cognitivos.

Por outro lado, o autor relativiza a simples dicotomia entre *ver* e *olhar* quando diz que ambos se organizam simultaneamente e se agregam a outras propriedades da visão. Cardoso, seguindo as indicações de Merleau-Ponty, entende que a “química da visão” se reduz a esses elementos e suas combinações, mas também se constitui nas propriedades que advêm de seu trânsito, como lemos a seguir:

“na verdade, entre o *ver* e o *olhar* está a própria configuração do mundo que se transforma. Testemunhamos a metamorfose “alquímica” da sua natureza, visto que duas versões – irreconciliáveis – da realidade neles estão presentes, bem como versões diversas da conjunção do vidente e do visível.” (Novaes, 1997: 348)

Nessa perspectiva, o autor define o *ver* como uma forma de supor um mundo pleno, inteiro e maciço, acabado e total. Um mundo contínuo, liso, indefectível – como nos sonhos –, que tem a capacidade de acolher a multiplicidade e a diversidade dos elementos, integrando-os naturalmente, sem questionamentos.

Enquanto que o processo do *olhar* é diferente:

“ele não descansa sobre a paisagem contínua de um espaço inteiramente articulado, mas se enreda nos interstícios de extensões contínuas, desconcentradas pelo estranhamento.” (Novaes, 1997: 349)

Ao contrário do *ver*, o *olhar* busca incessantemente os nexos entre os cheios e vazios, indagando sempre sobre a descontinuidade, inquirindo os lapsos, o interior das lacunas, para driblar o logro das aparências, desvendar o enigma das falhas, o inacabamento do mundo.

Cardoso segue sua exposição, citando mais uma vez Merleau-Ponty, no que este situa como o cerne dessa questão: ou seja, enquanto a simples *visão* supõe e expõe um campo de significações, o *olhar* necessitado, inquieto e inquiridor, deseja a procura, a indagação, a prospecção do que ele percebe do mundo, seguindo a trilha do sentido, da cognitividade. Desse modo, conclui Cardoso: “O *olhar* pensa; é a *visão* feita interrogação”. (Novaes, 1997: 349)

Neste trabalho vou tomar como exemplo o caso da iconografia que retrata o Brasil e foi produzida pelos primeiros viajantes. Seguirei os passos do pensamento de Cardoso para analisar o processo de constituição de um *olhar paisagístico*, que se inicia na produção artística até chegar à condição final de *visão*, que reproduz esse *olhar* (paisagístico) e povoa a imaginação coletiva dos brasileiros até nossos dias.

É possível conceber, a partir das considerações de Cardoso, que o *olhar paisagístico* se situa num vértice que compõe o sentido da visão e converge para suas duas funções: *ver* e *olhar*. Tendo como base minha própria experiência como artista, pretendo aqui analisar a experiência do artista-paisagista no exercício de sua arte e da simultânea e constante conciliação, que ele faz, entre o *ver* e o *olhar*.

De modo que possa bem representar a paisagem, é exigido do pintor-paisagista um esforço no *olhar*, que o leva a esquadrihar o espaço que tem à sua frente, observar os redutos, as minúcias dos relevos e planos, para articulá-los com a diversidade das formas dos elementos tridimensionais. A todo esse contexto se conjuga a imensidão incomensurável do céu, que precisa ser integrada, harmoniosamente, através da luminosidade que ele vai

emprestar ao conjunto. Isso cria a sensação de uma atmosfera virtual que envolve e ambienta os elementos da composição paisagística, em todos os seus detalhes, articulando-os numa determinada sintaxe visual (articulação entre o *ver* e *olhar*) que segue os ditames da sobre-determinação do pintor como sujeito.

Portanto o quadro, resultado concreto e efeito imediato do *olhar* materializado como expressão visual do fazer do artista, quando está diante do público-espectador carrega a intenção de ser um meio de expressão da subjetividade e da subjetivação do pintor e, como tal, pretende seduzir a *visão* do espectador através do encantamento produzido pelas manchas de tinta. Em outras palavras, quando o quadro é exposto passa a ser uma representação de um recorte da paisagem (uma janela em seu campo visual), percebido, num primeiro momento, pela sensação direta do *ver*, mas tendo condições de possibilidades de ser *olhado*, no sentido de Cardoso, ou seja, percebido como um sistema cognitivo preñado de significações e de sentidos.

Significa dizer que o público-espectador é primeiramente tomado pela simples e pura contemplação do *ver*: encantamento estético que afeta o ato da visão como um estímulo sensorial, encurtando a distância entre espectador e objeto, dissolvendo-os numa unidade de mundo, ao mesmo tempo em que envolve esse espectador-receptor no processo inicial de percepção do quadro, numa sensação de integração com a totalidade do universo que o artista criou. Isto, no entanto, não impede que ele se lance, num segundo momento, na experiência indagadora do *olhar* sobre o que vê. Com isso, torna-se verdadeiramente um sujeito que olha, distanciando-se cada vez mais da emoção do objeto que vê, quanto mais indaga e investiga acerca dos conteúdos temáticos, simbólicos, históricos, estéticos e técnicos do quadro.

Tendo em vista o acima exposto, fica claro que o modo de olhar o novo mundo – que aqui chamo de *olhar paisagístico* – torna-se, quando colocado no contexto da iconografia européia, um meio comunicacional entre o artista e seu público capaz de produzir além do

simples e direto encantamento através do *ver*, uma leitura comprometida com a indagação do *olhar* que provoca determinada ordenação do sentido da visão transitando, portanto entre o *ver* e o *olhar*.

O que quero dizer é que, se o pintor é o sujeito da ação de retratar a paisagem mediante a ativação simultânea do *ver* e do *olhar*, seu trabalho espelha um sentido próprio na paisagem que retrata. Esta materializada na superfície da tela se configura como uma imagem. Já o público-espectador, que contempla a imagem no quadro, experimenta um primeiro contato através da pura *visão*, podendo ou não passar a um segundo estágio sob a lente do *olhar* indagador, no qual poderá vivenciar a busca do sentido para o que *vê*.

No entanto, se considerado apenas o primeiro instante, quando o espectador percebe a obra através do *ver* contemplativo, a imagem é uma sensação estética da paisagem, que assume uma idéia de totalidade. Por consequência, ao simplesmente *ver* a imagem pintada na superfície da tela, o público-espectador, “dobrando-se à soberania de um mundo”, supõe ser este uma totalidade acabada. Assim, o mundo retratado segundo a interpretação e a subjetividade do pintor acaba por moldar um imaginário que povoa o *ver* do espectador, levando-o a acreditar ser, esta, a própria *realidade* do mundo visível.

Ou seja, o que se passa no plano imaginário do público-espectador, quando contempla o quadro como receptor da mensagem visual do pintor, é a produção de uma *verdade imaginada* que vem a ser aceita e compartilhada, tal como foi vista e olhada pelo pintor. Desse modo, o processo da comunicação entre o pintor (emissor) e o público-espectador (receptor) que, em linhas gerais, se constitui num conjunto de sensações estéticas e de conteúdos discursivos, se dá a partir da mediação de uma pintura hipotética que retrata uma paisagem com qualidade artística.

A título de ponderação, é bom lembrar que qualquer quadro ou obra de arte é passível de ser *olhada* pelo mesmo espectador que no primeiro momento apenas a *viu* como uma

realidade acabada, permitindo-o fazer indagações sobre o que está, simplesmente, contemplando. Isso vale também para o caso da iconografia paisagística e todo o encantamento que produz num primeiro contato.

No entanto, por vezes, a primeira impressão causada pelo *ver* contemplativo, que cria uma fantasia imaginada pelo pintor, não se anula, ao contrário essa pode até se consolidar e impregnar mais profundamente o imaginário do público-espectador, sem que a experiência indagadora do *olhar* se instale. E, dependendo da potência e do impacto dessa imagem sobre a sensibilidade do espectador, ela pode se restringir a produzir uma pura sensação estética, causando um impacto tão intenso, um *ver* tão impregnante e afetivo, que impeça qualquer movimento do *olhar* ou qualquer forma de indagação. Nesse caso, a sensibilidade do público-espectador adona-se de um puro encantamento que se instala subjetivamente em sua memória afetiva, cristalizando-se na sua percepção do mundo como um *modo de ver*.

A partir do exposto, me parece cabível a pergunta: o que é um *modo de ver*, senão uma construção subjetiva, seja coletiva ou individual, que atribui um valor estético, um gosto que se estrutura cognitivamente como uma forma de perceber, identificar e significar o mundo?

Por analogia, o conceito de *olhar paisagístico* pode ser definido como um aparato subjetivo que passa a povoar a percepção coletiva de um grupo social como um *modo de ver* comum, no interior de uma determinada produção cultural e que o estabelece como parâmetro estético e afetivo nos processos de mediação com o mundo visível.

1.2. O exótico e a fantasia

Para examinar o conceito de *olhar paisagístico* no contexto específico da perspectiva do olhar estrangeiro do viajante oitocentista que retratou o território brasileiro, vou utilizar a perspectiva psicanalítica de Souza em *Fantasia de Brasil* (1994).

Nesta obra o autor vincula o conceito de olhar exótico, do europeu para o Novo Mundo, à produção de uma forma de representação por ele designada *fantasia*. Seu trabalho tem como fundamento teórico os enunciados de Lacan que falam do conceito de *fantasia*, à luz das noções de *desejo*, *falta*, *gozo* e *diferença* na construção da identidade do sujeito, presentes no pensamento de Freud.

No meu estudo, entendo a categoria *fantasia* como sendo um dispositivo simbólico, um significante, o qual se produz pelo olhar exótico do europeu colonizador e que se instala, historicamente, no imaginário coletivo dos próprios brasileiros. Esse fenômeno de transposição sónica acontece em função de uma demanda externa do europeu colonizador, a qual se traduz no desejo de diferenciação do país como *um diferente em si mesmo*. É uma demanda assumida no processo de construção da brasilidade, tanto pelos europeus como pelos brasileiros, ao longo da nossa história, sob diversas formas de expressão, aí incluída a iconografia, que me interessa analisar. Para tanto, cria-se uma versão do Novo Mundo, remontando às fabulações em torno de uma “visão do paraíso”, que percorreram a Europa desde o século XIII.

A argumentação de Souza parte do enunciado lacaniano de que a experiência do vivido tem como base a relação entre objeto e significante. Isto é, para que um sujeito consiga

superar o desejo de um objeto é preciso que ele o elabore como linguagem. Como isso é impossível, ou seja, os objetos não podem ser descritos em sua completude, sempre restará ao sujeito uma sensação de incompletude, face à heterogeneidade do objeto. Sempre existirá, portanto, o desejo de algo inalcançável. Algo pertinente ao gozo continuará pertencendo ao objeto. Buscando um mecanismo de compensação para contornar essa falha e falta de completude, o sujeito passa a acionar psiquicamente um dispositivo simbólico, da ordem do imaginário, na expectativa de conseguir alcançar seu pleno gozo. Isso se organiza no consciente através de uma *fantasia*, que sob a forma de uma imagem fará a mediatização entre o desejo e o objeto, ocupando assim o lugar do significante. Mas a *fantasia*, assumida em uma imagem, pode em última instância substituir o lugar do significante pelo do espectador, lugar onde está instalada a cena por ela desempenhada.

Transpondo essa lógica para o contexto da identidade brasileira, Souza afirma que o país desde sempre se comportou como um adolescente em relação a Portugal, que por sua vez, sempre desejou para o Brasil uma identidade diferente, *exótica*, que suprisse a necessidade de gozá-lo segundo seus desejos e aspirações culturais, assujeitando-o como objeto de sua conquista. Assim sendo,

“a exigência de homogeneidade de um Brasil sem falhas que sirva de suporte à identidade nacional, não é uma empresa de homogeneização, mas, antes de tudo, o modo de conservar a esperança de que o Brasil possa vir a encarnar a diferença que lhe é exigida pela utopia européia.” (Souza, 1994: 20)

No entanto, não se pode afirmar que o Brasil tenha conseguido escapar da demanda do “descobridor” de ser conhecido como um país exótico e, ao mesmo tempo, ser europeu, igual ao “pai-civilizador”, desejo maior do qual ele não se desligou totalmente. É difícil dizer que o Brasil tenha como identidade a de ser um país exótico e um paraíso tropical, firmada no afã de aceitar a demanda feita pelo “pai colonial”. Se, por um lado, Souza considera que havia um “mandato do colonizador” de criar a diferença territorial, por outro, os brasileiros faziam cópias fiéis da vida do “descobridor”, traduzidas na arquitetura, em livros e mesmo nas artes

plásticas, tentando ser igual a ele e assim ser aceito como civilizado. Essa ambigüidade identificatória aparece claramente quando o Rio se torna Sede do Reino de Portugal nos trópicos, mas também ao se ver através do olhar exótico, lançado para o Novo Mundo, sobretudo nas narrativas de viagem e na iconografia desses artistas viajantes, desde o período colonial.

Sodré considera que falar de identidade é assinalar um conjunto de relações complexas que conecta os indivíduos a referências da sua história. A identidade é marcada por representações que o sujeito faz de si mesmo na relação com o que vê do outro, no caso de um país, com a realidade de outros países e se compõe por aquilo que é dado a ver nas marcas que o diferenciam dos outros. (Sodré, 1996: 33)

Desse modo, a identidade brasileira assume o olhar estrangeiro, tanto pelo paradigma francês/europeu, quanto por sua flora, fauna e habitantes exóticos. São duas maneiras estrangeiras de identificar o Brasil. Acontece que os olhos nacionais da elite brasileira viam com desgosto as paisagens do novo mundo e procuravam se espelhar no eurocentrismo.

Sodré aprofunda essa ambigüidade quando afirma:

“persiste ainda hoje a utopia civilizatória da Europa. Após cinco séculos de colonização da América, os europeus – diretamente ou por meio das elites nacionais mediadoras, atualmente secundadas pelas elites dos meios de comunicação – continuam reproduzindo o discurso de enaltecimento de seu valor universalista, como garantia da colonialidade do poder.” (Sodré, 1996: 33)

Levando-se em conta que meu interesse nesta tese é compreender como a identidade cultural brasileira incorporou um imaginário exótico, propiciado pelas primeiras narrativas de viagem, utilizarei as iconografias produzidas nessa época como material de pesquisa. São desenhos que se tornaram um poderoso artefato e um elemento de apoio para este processo, imagens que produzem sentido por analogias formais que nem sempre passam pela decodificação cognitiva e linear da linguagem, já que não exigem conhecimento oral de nenhum idioma, nem de alfabetização para serem absorvidas. Como tais, elas agem

diretamente sobre o aparelho psíquico através dos olhos, estimulando, afetando, balizando a imaginação dos indivíduos e, com isso, dando margem para que surja imediatamente a *fantasia*, marcada por uma totalidade que pode ser produzida em uma experiência visual diante de um quadro que contenha uma imagem paisagística, como analisei anteriormente.

No caso brasileiro, a forma pela qual o país é mostrado aos estrangeiros, histórica e tradicionalmente desde o período colonial, produz uma *visão*, “imagem”, segundo Cardoso, agora entendida também como *fantasia* no sentido de Souza. Isto se tornou factível na prática a partir dos processos políticos e culturais que plasmaram a forma de *olhar* o Brasil como uma *visão paisagística* calcada numa *fantasia* da elite colonial européia, o que acabou sendo compartilhado pelo senso comum e grande parte de opinião pública brasileira.

De certa maneira, todo esse processo foi reforçado pela multiplicação, reciclagem e difusão midiática dessas imagens como produtoras e indutoras de um Brasil extremamente paradisíaco, solidificando-se, imaginariamente, como uma terra idealizada pelo *olhar exótico* do descobridor. Um paraíso terrestre capaz de ter uma paisagem puramente natural. Um cenário *maravilhoso* que se apresenta aos olhos estrangeiros com todas as suas possibilidades de gozo, prazeres, êxtases, impossíveis de serem realizados no contexto cultural e geográfico da Europa, além de ser pleno de riquezas materiais cobiçadas por aqueles povos.

Em suma, o Brasil é um país de diferenciadas *imagens* e uma delas, que será a enfocada nesta tese, é a de paraíso exótico e inesgotável, que oscila nos corações e mentes, tanto dos brasileiros como dos estrangeiros, com traços que o vinculam a chavões conhecidos tantas vezes usados nos discursos políticos e na demagogia em geral, bem presente, por exemplo, na retórica do período desenvolvimentista de JK.

São discursos que enaltecem a exuberância da natureza brasileira, o potencial infinito para o progresso do país e que se presentificavam na iconografia que retratava o Brasil como

uma terra maravilhosamente bela e dadivosa, no sentido de possuir todas as riquezas materiais, tão sonhadas e ambicionadas pelos europeus.

Essa iconografia, a qual torna-se um dispositivo simbólico poderoso, gera uma gama enorme de configurações imaginadas e teorizadas pela cultura hegemônica, em torno de histórias como as contadas em verso e prosa nas mais antigas fabulações desde a alta Idade Média, histórias, essas, que associam um passado edênico do território brasileiro a um porvir glorioso para o país, segundo nos relata Holanda em *Visão do Paraíso* (2000), uma obra seminal sobre o assunto.

Seguindo a linha de Souza, o Brasil desde a sua independência vem buscando uma singularidade que servisse de traço para construir sua identidade como país, procurando um caminho que o levasse a se diferenciar em relação ao “pai português”, sem entretanto apagar totalmente os traços de similitude com ele. Esse caminho acabou por se impor historicamente, sendo adotado em parte pelos brasileiros e formadores de opinião e se materializou predominantemente pela própria diferença, ou seja pela representação *exótica*, que apela para as qualidades naturais e articula as representações discursivas e visuais de modo a permitir transformar esses pretensos traços diferenciais em fantasias.

Na *fantasia*, segundo Souza, entrelaçam-se significante e objeto, mediados pela imagem. O lugar do significante pode ser reduzido ao de um espectador para quem a cena fantástica se apresenta e, no caso do Brasil, o lugar do espectador foi ocupado pelo *olhar exótico* descortinado sobre a América pelo europeu, quando de sua “descoberta”. *Olhar* este de um paraíso, um sonho de uma terra destinada a cumprir desejos e gozos, plenos de todas as aspirações recalcadas pelas exigências e restrições impostas pela cultura e religiosidade européia, autodenominada como “civilização universal”.

Analisando especifica e detidamente a questão do *exótico* pelo ângulo da psicanálise, Souza afirma:

“o espectro semântico da palavra exótico abrange desde o sentido denotativo de estrangeiro, ou não nativo, até o sentido conotativo oriundo de sentimentos estéticos, sentido que expressa o charme ou a fascinação do que não é familiar, o estranhamento belo ou excitante.” (Souza, 1999: 127)

Para desenvolver essa análise, o autor cita Freud, em seu famoso ensaio “O Estranho” (1976: 24a), que analisa a angústia da experiência que o Estranho provoca, na medida em que ela naturaliza crenças e recalques primitivos. Esse fenômeno psíquico seria proveniente daquilo que é familiar e simultaneamente, causa estranhamento, por ser reprimido pela cultura.

No encontro com o Estranho, que para Freud é também um Outro que é familiar, nossa tendência é lhe atribuir características e poderes que foram velados ou reprimidos, o que pode gerar uma sensação de que esse Outro teria, assim, condição em potencial de nos dominar. Ou, no entender de Freud, nos levar à castração. Assim sendo, o Estranho - esse Outro que também nos é familiar e está dentro de nós - estaria dotado e possuído por desejos, que no fundo são os nossos e que estão recalcados no inconsciente. Como esses desejos, por serem desejos, têm dimensões ilimitadas, só esse Outro – que em nossa fantasia tem poderes ilimitados – pode buscar saciá-los a qualquer custo o que nos leva a imaginar que ele procurará seu gozo em nós, aí tomado como objeto de seus desejos. Isto nos causa, como consequência, uma sensação de medo ameaçador de que o Estranho familiar vá realizar, de fato, esses propósitos, o que nos induz à crença de que ele é um ser não-castrado, portanto, um ser todo-poderoso.

Dentro dessa linha de análise, o *exótico*, como uma forma de ver o Outro através de processos de observação e representação textuais e visuais, seria também uma maneira de manter longe e à distância aquilo que ameaça ao viajante europeu na estranheza diante da presença de um Outro diferente, no caso o selvagem silvícola em sua natureza primitiva. A intenção de controlar o “estranho-exótico”, leva o observador a traduzir a estrangeirice, decodificando seus sentidos de modo disciplinado, sistematizado e estruturado, segundo

interpretações científicas. Com isso, o Estranho ficaria “domesticado” simbolicamente na sua possível hostilidade. É o que Souza aponta:

“(...) constitui-se toda uma tradição textual, ora de caráter científico, ora de caráter estético que permite que o que há de múltiplo na realidade possa ser observado através de um par de “óculos” protetores.” (1994: 128)

Essa argumentação de Souza, que utiliza o ensaio de Freud, me leva a deduzir que o fenômeno do *olhar exótico* é uma forma de proteção contra o Estranho, que ao mesmo tempo é o familiar que ameaça o sujeito. Ou seja, o olhar do viajante do século XIX, compreendido à luz de Freud, representa uma forma de racionalizar o lado “sombrio”, indecifrável do território brasileiro e de seus habitantes, em sua extrema complexidade, que o europeu não conseguia assimilar sem se sentir fragilizado no seu papel de colonizador. Daí decorre a tradução dessas vivências em simples e genéricas visões paisagísticas, as quais, por sua vez, quando materializadas em representações iconográficas, isto é, sistematizadas como documentações no contexto da ciência naturalista sob a ótica do que denomino como *olhar paisagístico*, se transformam em imagens que se configuram em “fisionomias da paisagem”, conceito do naturalista bávaro Alexander von Humboldt, a quem voltarei no decorrer desta tese.

1.3. O exótico e a identidade nacional

Siqueira e Motta no ensaio “Escrito de Viagem: girar sobre os próprios passos” (publicado no catálogo da exposição *A paisagem carioca*, realizada no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro entre 8 de agosto e 17 de setembro de 2000), defendem a idéia de que a identidade do Brasil veio dos colonizadores do Novo Mundo e instalou-se ideologicamente no imaginário social tanto dos próprios brasileiros, quanto dos estrangeiros. Em decorrência, foi absorvida por um senso comum preso a valores estéticos daquilo que faltava na Europa, como a paisagem endêmica, as cores e os sabores, que vieram a ser conhecidos no encontro com as terras tropicais. Mas a construção desse aspecto identitário nem sempre foi bem aceita por esses dois lados: os brasileiros se sentiam menosprezados e desvalorizados no seu potencial de ser o espelho da civilização ocidental e não gostavam de ser vistos como silvícolas, rudes e primitivos; os europeus sentiam insegurança diante do desconhecido, inefável e inacessível à razão.

A argumentação de Siqueira e Motta segue o raciocínio de que o encontro do olhar estrangeiro com o inusitado nas Américas, implicou em uma experiência existencial de perda para os europeus. Sem referenciais aonde se segurar, procuram resgatar o controle do Estranho que os amedronta, pelo menos em parte, pelos registros de viagem, que a ciência naturalista considera “fiéis documentações do novo território”. As imagens ali reunidas se baseavam no esquadrinhamento do que estava visível à frente dos artistas-viajantes e capturavam representações imaginárias que emergiam de sentimentos do abandono de si e do esquecimento daquilo que lhes era conhecido, “do vazio gelado do sublime”, no dizer de

Wittgenstein (*apud* Siqueira, Motta, 2000: 98). Assim, a memória afetiva dos pintores e desenhistas europeus tornaram-se retratos do Brasil impregnados pela subjetividade desses artistas e eivados por um sentimento romântico, com o qual tentavam elaborar o estranhamento experienciado no encontro com o imprevisto. É como as autoras entendem a angústia vivenciada por esses europeus:

“o viajante vem, descobre o que existe no mundo e já se lança numa perda: pronto a tomar conta das coisas que em si são inabordáveis, ora incapazes de serem experimentadas, ora conhecidas, nas não completamente expressas.” (Siqueira, Motta, 2000: 101)

Siqueira e Motta analisam a obra do fotógrafo francês Jean Manzon que visitou o Rio de Janeiro nos anos de 1940, mais de um século após Jean-Baptiste Debret, e concluem que o trabalho de Manzon é marcado pela mesma emoção que seus antepassados, artistas europeus, viveram. Só que Manzon encontra, em pleno século XX, além do exótico do passado algo que ele não supunha existir aqui: uma realidade cosmopolita, com ares franceses, associada a um sentimento de orgulho dos habitantes pelo fato da cidade ter sido a sede de um reino ultramarino, no tempo de D. João VI, a Capital do país pós-independência e pós-república e ainda ser considerada a “cidade maravilhosa” e “portal da América Latina”, presente nos guias turísticos internacionais, tal como aparece no cartaz da Air France, de autoria do pintor francês Vassarely (fig. 5, Introdução). Sua população, narcisicamente, a reconhece como única e bela.

Segundo as autoras, Manzon viu uma cidade que havia assimilado o olhar viajante estrangeiro sobre sua paisagem, o que neste trabalho estou chamando de *olhar paisagístico*, acoplado ao orgulho de ser cosmopolita, aos moldes das sociedades européias: “Uma cidade que introjetara o *olhar* do viajante, a *visão* de fora, sobre si mesma”. (Siqueira, Motta, 2000: 107).

Seguindo esta linha de raciocínio, é perfeitamente lógico afirmar que o carioca se sente preso à *visão* da estranheza alheia, expressa originalmente na iconografia viajante, com

suas paisagens esteticamente compostas, segundo cânones provenientes da arte e ciência européias. Penso o carioca como um dos emblemas da brasilidade, de uma população que transita entre viver num país tropical, abençoado por Deus, retratado pelos artistas, pintores e desenhistas que vieram da Europa e/ou viver num país cujo modelo é a civilização ocidental moderna. Esse sentimento de estranhamento pode gerar paradoxos para o brasileiro, como o de se sentir em casa com suas belezas naturais e simultaneamente se sentir sem raízes diante de uma civilização que sabe não ser a sua.

Daí posso concluir que o processo de construção da identidade como país ocorre na medida que há um sentimento de espelhamento, aprisionado ao que vem do mundo estrangeiro, do pai colonizador, seja através do olhar exótico presente nas narrativas de viagem, seja através da edificação de uma vida “civilizada” nos trópicos. Essa contradição de aceitar e ao mesmo tempo repudiar a identidade que foi forjada pelas imagens do paraíso, está presente no imaginário do brasileiro e o torna preso a um exotismo que por vezes abjura. Isso é percebido toda vez que ele se distancia desses referenciais, porque sente sua falta. É como se fizesse parte de uma fábula onde os personagens só ganham vida quando se engendram num universo que mesmo lhes sendo familiar, habitam através do olhar dos outros. É uma *visão* de brasilidade circundada pela moldura da imagem que lhe é oferecida a *ver*.

Em outras palavras, o povo brasileiro, no seu conjunto pós-colonização, estabeleceu a idéia de que é habitante de um país do futuro, cheio de possibilidades por suas riquezas naturais, sua cultura miscigenada, condições climáticas, entre outras qualidades. Mas essa fabulação foi construída de fora para dentro, vem pelo viés espelhado pelo olhar estrangeiro, europeu, e reduziu os habitantes do Brasil a figurantes, uma condição genérica de elementos de uma imagem, uma visão fantasiosa que tem sua gênese no exotismo, no estereótipo do “paraíso tropical” e que produz o que venho denominando de *olhar paisagístico*.

No dizer de Siqueira e Motta:

“uma sorte curiosa de espelho de narciso, em que nos acostumamos a qualificar a beleza a partir da estranheza de nossas paisagens imaginadas. Sentimo-nos em casa apenas quando enraizados; procuramos encontrar a pátria no desterro. Manzon, como um dia Debret, funciona como catalisador de nosso eterno desejo de distância.” (Siqueira, Motta, 2000: 107)

Apesar de Manzon conhecer e avaliar corretamente o potencial específico da fotografia como um meio tecnológico mais moderno de produção de imagens, o resultado do seu método de trabalho, afirmam as autoras, está mais ligado ao enfoque pictórico tradicional, característico dos viajantes oitocentistas. São registros que “nada têm da positividade que gostamos de atribuir à arte fotográfica” (Siqueira, Motta, 2000: 108).

Com isto o Rio, que foi fotografado por Manzon, pouco apresenta a complexidade dinâmica ou a exatidão do cotidiano, na sua intimidade e diversidade cultural. Pelo contrário, ele acompanha o olhar estrangeiro *exótico* de seus predecessores. Como resultado, suas fotos transmitem o mesmo sentimento de perda e de nostalgia romântica dos primeiros viajantes, uma percepção de distância como proximidade que:

“explora recursos, como a ampliação de detalhes, o enquadramento fechado, a angulação diferente da visão corriqueira de uma paisagem, personagem ou objeto. Mas, não é difícil perceber em suas obras uma vinculação razoavelmente clara ao interesse documental característico da arte dos viajantes oitocentistas.” (Siqueira, Motta, 2000: 107)

Manzon foi mais um artista estrangeiro a lançar mão do *olhar paisagístico* para identificar o Brasil através do cenário carioca e produzir uma *visão* esteticamente idealizada como uma composição paisagística. Esse olhar exótico confirma a hipótese lançada neste trabalho, de que os brasileiros vivem em função da forma como o estrangeiro identifica o Brasil e acabam por acreditar que essas imagens pictóricas são produtoras da verdade.

Além dos artistas, pintores, fotógrafos e cineastas do século XIX e XX, outros produtores de imagens retratam atualmente o Brasil com o mesmo *olhar paisagístico* de outrora, só que com finalidades mais utilitárias. Não se pode dizer que sejam “produções puramente artísticas”, mas uma forma de “arte aplicada” que aproveita os meios modernos e tecnológicos da publicidade - desenhos, fotografias, cinema, videocliques, etc - para delinear o

país como uma *visão* (Cardoso, 1997), ou seja, algo pronto para ser apreciado e introjetado como verdade absoluta e que exprime o olhar *exótico* e *maravilhoso* proveniente dos europeus colonizadores.

Tomo como exemplo a propaganda feita pelos profissionais de *marketing* para o mercado imobiliário da região do Rio de Janeiro e adjacências, a qual faz uso dos efeitos da iconografia paisagística aos tradicionais moldes dos viajantes (algumas dessas propagandas serão analisadas no capítulo 3). São peças publicitárias que mostram uma porção do nosso território brasileiro como uma visão metonímica de um éden tropical. Para tanto copia os artifícios estéticos que eram aplicados à iconografia antiga, com a finalidade de criar uma representação paisagística do todo, onde o que predomina é a natureza desabitada e inculta, em seu estado idealmente “puro”. Ou seja, uma representação iconográfica da magnificência dos trópicos tipificada segundo o *olhar exótico*, que exprime o imaginário europeu desde sua gênese.

A estratégia dessa propaganda é atualizar o olhar exótico, apropriando-se dele e assumindo-o como próprio e, como tal, fazendo emergir um cenário de positividade que seria característica na brasilidade. É um processo de reversão de uma identidade forjada pelo *olhar paisagístico* e desejo do “pai colonial” (Souza, 1994) e que muitas vezes tem sido negada pelos brasileiros, para fortalecê-la e tirar partido, de modo a que venha receber a aceitação popular.

É importante ressaltar o papel dos meios de comunicação de massa que, em sua forma típica de persuadir e seduzir o imaginário social, dá forma e sentido a alguma coisa que não é real em si. Pelas possibilidades que tem, de propagação imediata de suas mensagens, atinge e formata subjetividades, moldando a imaginação coletiva de tal modo, que leva à opinião pública e ao *senso comum* a ilusão de estar construindo algo que lhe é próprio, o que se cristaliza como verdade nos mais diversos grupos sociais da população.

Ora, essa identificação, presente no imaginário, pode ser interpretada como “negativa”, no sentido em que se constrói no seio de um esquecimento, de um estranhamento de si mesma (Siqueira, Motta, 2000). Mas, também pode ser verificada pela prática cultural do cotidiano e que se reflete na mídia, como extremamente *positiva*, já que essa *visão* paradisíaca, no sentido de Cardoso (1997), mesmo que historicamente construída pela idealização do que foi dito pelo estrangeiro, vem sendo apropriada, digerida, assimilada, adotada e compartilhada pelos brasileiros, como a origem de um país naturalmente belo. Em síntese, um país belo “pela própria natureza”, legitimado pelo Hino Nacional.

Vou utilizar o processo fotográfico como uma metáfora para buscar entender o que a dupla de ensaístas afirma ser um estranhamento que se converte em “identidade negativa” e que “introjeta o olhar viajante, a visão de fora, sobre si mesma”. (Siqueira, Motta, 2000: 107-108).

Ora, no processamento da fotografia a primeira imagem que se vê, ainda na película do filme, é o seu negativo, que faz surgir uma imagem invertida em relação à luz e ao posicionamento dos elementos do ambiente enquadrados no campo visual do fotograma, o que é chamado, simplesmente, de negativo. O olho do estrangeiro – no caso específico o do fotógrafo Manzon, na trilha dos naturalistas do século XIX – funcionaria assim como um espelho no qual os brasileiros se miram e se vêem de forma invertida, ou seja, na forma de um negativo. Esta primeira forma de se olhar, pelo negativo e pela inversão, não vem a constituir, ainda, a identidade nacional, mas cria um processo de identificação pelo qual o país pode se projetar para consolidar uma identidade cultural própria.

A hipótese que levanto neste trabalho converge parcialmente com o enunciado pelas autoras. Quero dizer que, apesar de haver aí uma concordância na afirmação de que o país tem de si mesmo uma imagem construída pelas narrativas de quem veio de fora e que se consolida

no *olhar exótico* (Souza, 1994), que ainda perpassa o senso comum em nossos dias atuais – a *fantasia* do país –, esta não se constitui, simplesmente, como uma identidade “negativa”.

Neste ponto meu argumento difere do que sustentam Motta e Siqueira. Quero dizer que, mesmo tendo elementos originários do *olhar paisagístico e estrangeiro*, a construção da identidade nacional é historicamente aceita e assimilada como sua por brasileiros, obliterando assim a *negatividade* para emergir no cenário cultural do país como extremamente *positiva*. Isto é demonstrado nas diversas formas de expressão - que vão desde os símbolos oficiais às formas de arte popular, tanto as entendidas como folclore quanto às artes midiáticas - e também nas imagens e estórias que, ainda hoje, são passadas ao resto do mundo: o brasileiro é um povo *forte, bravo, alegre e hospitaleiro*, espelhando em sua natureza a terra *pródiga e fértil* do território nacional.

Esse conjunto constitui a nação destinada a um *futuro grandioso*. Nesse caso, o deslocamento da identidade acaba por se reverter em fatores *positivos*. Por conseguinte, não se trata de um deslocamento identitário de uma só via com um único sentido e uma única direção, mas num verdadeiro jogo de deslocamentos variados e diversificados, reciclando-se contínua, assimétrica e intermitentemente como um processo constante de mutação em relação ao posicionamento inicial estático de seu surgimento no interior do imaginário europeu. Isso vem acontecendo, mesmo que consideremos a permanência de alguns *construtos* de ordem simbólica, como o *olhar paisagístico*, por exemplo, categoria escolhida por mim como instrumental de análise neste trabalho.

Sobre a constituição do conceito seminal desse trabalho, ou seja, o conceito de identidade nacional, Hall (1999) nos ajuda a entender o por quê da contradição, vivida pelo Brasil, entre ser ou não ser um paraíso tropical. À luz de Lacan, Hall esclarece este dilema:

“embora o sujeito esteja sempre partido ou dividido, ele vivencia sua própria identidade como se ela estivesse reunida e “resolvida”, ou unificada, como resultado da fantasia de si mesmo como uma “pessoa” unificada que ele formou na fase do espelho. Essa, de acordo com esse tipo de pensamento psicanalítico, é a origem contraditória da “identidade”. (1999: 38)

Nessa fase do espelho o Brasil se viu como o *olhar paisagístico* lhe mostrou, mas, ao mesmo tempo em que se viu também espelhado no mundo europeu, modelo de civilização.

Assim, Hall continua:

“[...] a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo ‘imaginário’ ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre ‘em processo’, sempre ‘sendo formada’.” (Hall, 1999: 38)

Por isto, o Brasil veio ao longo de sua existência se constituindo como um país de diferentes identidades no plural e não no singular, dependendo de quem o vê ou do ângulo como ele próprio se vê. Suas identidades são construídas simbolicamente; não são, portanto, atributos naturais e inerentes ao seu nascimento de “terra descoberta”. Identidades culturais surgem como um dispositivo produzido pelo sujeito coletivo a partir de um grupo hegemônico dentro do social, calcado em articulações discursivas de caráter simbólico, representacional. Esse grupo, ou grupos, se expressam através de símbolos e representações incorporados às instituições existentes, sendo a nacionalidade o maior desses símbolos.

Anderson (*apud* Hall, 1999: 51) argumenta que uma identidade nacional é uma “comunidade imaginada”, um sentimento de pertencimento a um lugar objetivo (a nação e seu território geográfico) e seu contexto sociocultural. Segundo ele, as diferenças entre as nações residem nas formas diferentes pelas quais elas são imaginadas - seja por seu próprio povo ou pelo estrangeiro àquela nação - através dos mais diversos discursos e retóricas, presentes também no campo visual sob a forma de ícones e imagens.

Stuart Hall explica que as identidades nacionais surgem na produção de sentidos através de histórias, fabulações e que são como:

“[...] a *narrativa da nação*, tal como é contada e recontada nas histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular. Essas fornecem uma série de histórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou *representam* as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que são sentidos à nação.” (1999: 52)

E, no caso brasileiro, essas narrativas da nação tiveram sua origem no *olhar estrangeiro* e que criou, o que Hall definiria como:

“um *mito fundacional*: uma estória que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem nas brumas do tempo, não do tem ‘real’, mas do tempo ‘mítico’.” (Hall, 1999: 54-55)

Desse modo, o *mito fundacional* do Brasil o leva a ativar uma determinada memória, ou memórias, que conecta o seu presente ao seu passado, tendo como consequência o surgimento da construção de imagens nacionais como significantes originários a partir da *visão* paisagística edênica, do imenso paraíso tropical pleno de riquezas naturais inesgotáveis.

Faria (2000) em seu ensaio *A paisagem Exótica Tropical como Experiência Cotidiana de Identidade Nacional* argumenta que a paisagem é um poderoso artefato cultural de construção de identidade e para o Brasil, devo dizer, tornou-se um vetor de maior importância no processo de contínua atualização e denegação da mesma. A autora considera:

“a paisagem é uma dos elementos de maior força identificadora, [...] pois representa a posse de um território, a terra natal, daqueles que vivem dentro de uma determinada fronteira, mantendo uma relação com a história e as raízes da nação e, portanto, reforçando os elos do povo com um passado constituidor de sentido do momento presente. Nesse aspecto a paisagem não é apenas uma expressão simbólica do passado de uma nação, é também seu presente e seu futuro.” (2000: iv).

O uso da paisagem como expressão da identidade nacional é recorrente nos textos brasileiros e serve como uma metáfora da paisagem interior dessa identidade. Para a autora, citar a paisagem significa falar de Brasil, no conjunto de sua identidade cultural, argumento semelhante ao deste trabalho. No entanto, não pretendo me basear na literatura proposta por Faria, mas na força positiva que reside na iconografia paisagística como fonte de significados culturais e que comunica de imediato um sistema de representação da brasilidade pela imagem ancorada no modo exótico de olhar dos viajantes europeus, como afirmo ao longo desta tese.

A identidade cultural de uma nação prende os indivíduos ao conjunto dessa sociedade, ela não é única, nem homogênea, ela pode ser contraditória e mesmo ambígua, ser atravessada

por divisões e diferenças internas. “A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”, afirma Hall (1999: 13).

1.4. A paisagem entre o olhar e o ver

A obra dos viajantes que aqui chegaram depois de D. João VI teve uma formidável aceitação na sociedade européia, tanto pela qualidade dos trabalhos dos artistas-iconografistas, quanto pela metodologia que adotaram em suas pesquisas. Eles seguiram a trilha da biogeografia de Humboldt, deixando-se levar pela sensibilidade visual, mesmo quando foram obrigados a se ater às classificações da taxionomia impostas pelos seguidores do botânico Lineu.

Os desenhos e anotações dos diferentes aspectos do território brasileiro foram feitos *in loco* e ao sabor das emoções e sob condições difíceis e hostis que eram impostas pela terra desconhecida. Registrando as forças que impulsionavam a natureza, esse material acabou por se configurar como *fisionomias da paisagem*, conceito criado por Humboldt para designar a morfologia de uma paisagem pelo desenho de recortes significativos ou caracterizadores de uma região geográfica. Mais adiante voltarei a abordar esse conceito de Humboldt, considerado o pai da biogeografia e que se articula às categorias do *ver* e do *olhar* de Cardoso.

A influência humboldtdiana no trabalho dos viajantes é responsável pelo modo de olhar totalizador, aqui entendido como *visão* que toma conta do imaginário brasileiro e estrangeiro até os dias de hoje, assumindo aquilo que Souza analisa como sendo a *fantasia exótico-pitoresca* da identidade brasileira. Com isto quero dizer que as diversas formas de “leitura” dessa iconografia, nos tempos subseqüentes à sua produção, transcendem sua condição de registros etnográficos próprios da ciência naturalista do século XIX.

Conseqüentemente, a totalidade de Brasil atingida pelo *olhar* dos viajantes se materializa nas práticas sociais e políticas auxiliando de maneira eficaz e imediata na identificação da brasilidade pela categoria de *olhar paisagístico*. Mais uma vez, afirmo que essa iconografia, ao articular imagem-texto, emerge historicamente na cena sociocultural como um apelo maior à unificação da identidade nacional, pela qual o Brasil passa a ser *visto* (no sentido de aceitar, acatar, compartilhar) como uma produção visual, uma *visão* idealizada e construída pela e para a imaginação do europeu.

Cabe lembrar que este trabalho pressupõe a existência de uma identidade cultural para o Brasil produzida pelas diversas formas narrativas sobre a brasilidade exótica e paradisíaca, que emergiram e foram postas a circular em paralelo, ou a partir da iconografia paisagística, salientando seus conteúdos visuais.

Essa *visão* materializada na iconografia que tem como emblema a paisagem, substantivo originário, etimologicamente de país, cujo significado é de um espaço que se abrange num lance de visão. Portanto, a paisagem iconográfica, como um signo, enquadra rapidamente uma porção de território e gera naquele que a vê uma sensação de ter dominado esse espaço no seu campo de visão.

O espectador, ao assumir o controle através dos olhos, apropria-se simbolicamente do que é capaz de vislumbrar, reconhecendo, identificando e se identificando com essas *fisionomias da paisagem* (Humboldt). Já o artista que produz a paisagem expressa de imediato o reconhecimento daquilo que pelo seu *olhar*, no sentido de Cardoso, vai registrar e classificar em suas pranchas. Diante da multiplicidade dos aspectos existentes no território brasileiro ele sistematiza o que encontra, analiticamente, sob a forma de representações articuladas (discursivo-visuais).

Mesmo assim, em se tratando do território brasileiro, por sua enorme extensão e sua natureza estranha e altamente complexa aos olhos do viajante europeu do século XIX, nem

todas as taxonomias e todo o instrumental metodológico da ciência naturalista puderam dar conta e registrar a realidade em toda sua complexidade. Desse modo, é razoável imaginar que o território brasileiro - apesar de ter sido esquadrinhado em *fisionomias de paisagem* e etnografado em muitas formas de classificação - ainda hoje é apreendido em seu aspecto simplificado e genérico, puramente visual e mais imediato, como uma *visão paisagística*: uma imagem idealizada e exótica.

Com efeito, a vastidão e a complexidade infinita dos fenômenos naturais e culturais, além das populações heterogêneas (indígenas, negros africanos, europeus e os que nasceram produto da miscigenação), não puderam ser inventariadas pela perspectiva do *olhar* (Cardoso, 1997) que indaga, analisa, provoca ordenações, no que pese todo o ferramental do olhar viajante-estrangeiro, capaz de perceber, coletar, selecionar, classificar, para chegar ao conhecimento científico compreensível à razão do homem.

O que eu gostaria de mostrar nesta tese é que as *fisionomias de paisagem* tornaram-se um significante fixo prevalecendo, historicamente, no imaginário coletivo da cultura. Elas são *vistas* e não *olhadas*, no sentido de Cardoso. Elas, como *visão* pura, são imagens-clichês de uma *fantasia* de país, que dá a vê-lo como um *maravilhoso* paraíso tropical, mesmo com toda a procura dos naturalistas em observar, ordenar, classificar e registrar em suas pranchas a multiplicidade de aspectos do território brasileiro. O que prevalece para os brasileiros e para os estrangeiros é o *olhar paisagístico* em sua forma mais pura e sublime. Reiterando, é a representação iconográfica da paisagem sob seu aspecto estético, mas congelada na imagem que é vista em todo seu encantamento, que vai efetivamente funcionar como elemento chave no processo histórico de constituição da identidade cultural brasileira.

Este aspecto da identidade cultural aparece, nos dias atuais, nas imagens-símbolos-clichês produzidas pela indústria cultural e turística, como se vê nos cartões postais, cartazes, filmes, livros, guias turísticos como mostra exemplarmente a capa do Guia Quatro Rodas

[fig.10] em sua edição anual do ano de 2004, e em inumeráveis objetos de lembrança [fig.11], que refletem genérica e sinteticamente elementos da natureza que se tornaram ícones do Brasil. Entre eles estão os mega eventos midiáticos (como o carnaval e o *reveillon* carioca), alguns aspectos do folclore e da religiosidade regionais (como a festa do Círio de Nazaré, a festa do boi no Maranhão) ou, enfim, o futebol, todos perfeitamente classificados e registrados e apresentando o povo brasileiro naturalizado, tal como na iconografia viajante. Neste grupo de ícones do país, mostrados como emblemas da brasilidade e tratados como ícones paisagísticos e/ou pitorescos estão também as igrejas barrocas de Ouro Preto, em Minas Gerais; o conjunto de prédios coloniais do Pelourinho, em Salvador; a estátua do Cristo Redentor, o Pão de Açúcar e o Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro; os palácios de Oscar Niemeyer em Brasília; e, enfim, também como um ícone, as grandes favelas cariocas. Afora estes exemplos mais destacados, o complexo arquitetônico das grandes cidades, os monumentos comemorativos da nacionalidade, o parque industrial brasileiro, os artefatos tecnológicos e a produção artística contemporânea ainda são praticamente negligenciados dentro da *visão* genérica da brasilidade.



Fig.10: Capa do Guia 4 Rodas. (Guia Brasil 2004. São Paulo: Abril, 2004)



Fig.11: Vista do Rio de Janeiro, s/d e Pão de Açúcar e Corcovado, s/d. (*A paisagem carioca*, 2000: 85)

Neste sentido, analiso nesta tese a iconografia seminal dos viajantes e o processo contínuo que ela sofreu até ser reciclada e apropriada pela moderna produção imagética, a qual é vinculada aos mais avançados meios de comunicação que trabalham com a velocidade da informação virtual, criando um paradigma da nacionalidade que congela o *olhar paisagístico* numa forma simplificada de *ver*. Deste modo, o *olhar paisagístico* passa e se caracteriza basicamente pela supressão do *olhar*, isto é, o *olhar* torna-se o *ver* (Cardoso) no momento em que a imagem paisagística torna-se representação de uma identidade cultural de um país. A construção simbólica de uma imagem-clichê cria sentido e esse sentido cria uma identificação, uma comunidade imaginada (Anderson), uma *fantasia* (Souza), que são a base da constituição das identidades.

O conceito de *Sociedade do Espetáculo* de Debord nos serve como pista para entender como a imagem-clichê torna-se “o novo capital”, em um capitalismo imaterial para o qual a informação tornaria-se o novo valor. (Debord, *apud* Bentes, 2002: 73) De outro lado, o *olhar paisagístico* transposto para a fugacidade do *ver* contemporâneo faz com que as imagens, mesmo que sejam provenientes da produção dos viajantes e seu contexto histórico, se desgrudem de seus conteúdos originais e passem a emergir na cena contemporânea como *capital mimético*, no sentido de Greenblatt (1996).

Debord, segundo Bentes, atualiza a idéia da teoria marxista sobre a acumulação do dinheiro:

“a primeira frase do livro de Debord é uma releitura da primeira frase de O Capital de Marx, na qual Debord vai substituir a palavra capital por espetáculos e vai dizer: ‘toda a vida das sociedades em que reinam as condições modernas de produção apresenta-se como uma imensa acumulação de espetáculos’.” (2002: 73)

Nas sociedades modernas, onde grande parte da informação é propagada em escala mundial e com uma enorme velocidade pelos meios de comunicação de massa, especialmente pela televisão, “a imagem se torna um capital”, a ser acumulado e circulado por meio de imagens-clichê, que produzem uma idéia fixa das coisas, que são auto-evidentes e retiradas do

domínio da vida. São imagens passageiras, instantâneas, contraditórias e complexas, que possuem em si mesmas um devir (Debord, 2002: 74). Em decorrência, perdem totalmente o contato com os primeiros sentidos e significados provenientes dos contextos históricos que lhes deram surgimento.

Greenblatt apresenta três razões para justificar o uso do termo “capital”, nesse processo de transformação das representações (imagens), feitas quando uma cultura se apropria de signos de outra e passa a utilizá-los de forma própria, fagocitando-os no processo de assimilação e, simultaneamente, empreendendo a construção e reciclagem da própria identidade. A primeira dessas razões

“está na conexão vital entre *mimese e capitalismo* [...] na atual ordem mundial foi com o capitalismo que a proliferação e a circulação representações (e dos equipamentos para a geração e a transmissão das representações) atingiu uma espetacular e inevitável magnitude global.” (Greenblatt, 1996: 22)

Essa magnitude é, para ele, a “vontade e a capacidade de atravessar distâncias imensas, em busca de lucro, descobrir e representar objetos naturais e humanos radicalmente exóticos”. (Greenblatt, 1996: 22). Em segundo lugar, está a idéia de um

“acumulador de representações, de um conjunto de imagens e equipamentos geradores de imagens *acumuladas*, como que ‘depositados’ em livros, arquivos, coleções e centros culturais até o momento em que essas representações são requisitadas para gerar novas representações. As imagens que contam, que merecem o nome de capital, são as dotadas de poder de reprodução, que se sustentam e se multiplicam transformando contatos culturais em formas novas e não raro inesperadas.” (Greenblatt, 1996: 22)

Esses depósitos estariam à disposição do capital para serem acionados no momento apropriado para gerarem novas imagens e atender o consumo de outras culturas. Por fim, Greenblatt apresenta sua terceira razão que justificaria chamar as imagens de “capital”. Ele argumenta:

“a mimese é uma relação social de produção, como Marx afirmou do capital. [...] uma dada representação não é apenas o reflexo ou produto de relações sociais, mas também uma relação social em si mesma, ligada à compreensão grupal, às hierarquias, às resistências, aos conflitos existentes em outras esferas da cultura nas quais ela circula. Ou seja, as representações não são só produtos, são igualmente

produtoras capazes de modificar decisivamente as próprias forças que lhes dão nascença.” (Greenblatt, 1996: 22)

Em suma, as representações aderem plenamente às formas que caracterizam o novo contexto cultural para o qual elas foram reapropriadas.

A iconografia do território brasileiro foi produzida para um determinado fim e para ser lida como um registro científico. No entanto, em seu processo histórico de acumulação, ela seria um “capital mimético” capaz de se reproduzir, multiplicar e reciclar continuamente em função da propagação feita pela mídia e pelos demais instrumentos culturais como livros, coleções e exposições em museus mundo afora. Além disso, através da prática da comunicação social, vai gradualmente sendo lida ou interpretada genericamente pelo senso comum, como um *olhar paisagístico* do país, cujo sentido está vinculado à maneira hegemônica com a qual se constitui este aspecto da identidade brasileira.

Recapitulando, o modo de olhar o Brasil que estou chamado de *olhar paisagístico*, aquele que vê e dá a *ver* o país como uma composição paisagística, é o objeto de análise conceitual que trato neste primeiro capítulo. Procurei examiná-lo paralela e comparativamente sob vários aspectos do pensamento. Primeiramente, pelo sentido filosófico de Cardoso, em segundo lugar pela ótica da psicanálise que se utiliza de como o *olhar* dos naturalistas estrangeiros construíram uma fantasia do Brasil, que de acordo com Souza, gestaram um *olhar exótico*, uma *visão* predeterminada e acabada para ser introjetada no imaginário social, mesmo que de modo inconsciente.

Em conclusão, o *olhar paisagístico* estampa para os países em torno do globo, a natureza exótica e os tipos humanos autênticos brasileiros, representações idealizadas, ou mesmo recalçadas (conforme o Estranho de Freud), de uma suposta fenotipia nacional. O *olhar paisagístico* transita entre o *olhar* e o *ver* (Cardoso) no seu processo de assimilação cultural, cria um Brasil da sociedade do espetáculo (Debord, *apud* Bentes) pela *imagem* que se transmuta em *capital mimético* (Greenblatt).

O *olhar paisagístico* veio a se tornar um emblema da brasilidade, transmutando-se de uma imagem construída pelo *olhar* estrangeiro para se tornar uma *visão* no sentido que Cardoso trata: uma forma de *ver* o todo pela parte e que pressupõe uma aceitação do mundo tal como está registrado e visto nas gravuras, enfim, pressupõe uma fé perceptiva (Merleau-Ponty, *apud* Cardoso) da realidade sem questionamentos.

2.1. SURGIMENTO HISTÓRICO DO OLHAR PAISAGÍSTICO

No capítulo anterior examinei a concepção de *olhar paisagístico* e sua construção nesta pesquisa à luz de conceitos de *ver* e *olhar*, sob a ótica da fenomenologia do olhar estrangeiro viajante, este analisado comparativamente com o olhar exótico e sua introjeção no imaginário brasileiro através da iconografia, por fim sua dispersão na mídia atual na condição do que Greenblatt chama de “capital mimético”. Tendo em vista essas considerações, já é possível entender, preliminarmente, em termos conceituais o *olhar paisagístico* como um poderoso instrumento de auxílio para a construção da identidade brasileira, capaz de engendrar no imaginário coletivo uma fantástica fabulação, pela qual o país toma o aspecto genérico de uma paisagem edênica ou uma “visão do paraíso”.

No presente capítulo, vou investigar o surgimento do *olhar paisagístico* no contexto de uma breve genealogia histórica da iconografia. O paisagismo surge inicialmente como expressão artística, sua proveniência, como gênero de pintura, é o contexto sociocultural da Europa setentrional, pós-reforma protestante, em especial a sua emergência no cenário de uma Holanda burguesa em fase de expansão capitalista.

Como desdobramento, examinarei a pintura paisagística histórica dos pintores holandeses que vieram para o Brasil com Maurício de Nassau no século XVII. É uma pintura especificamente utilizada como instrumento a serviço do conhecimento científico, plena de reminiscências estéticas, intimamente vinculadas ao sistema tradicional renascentista de representação do mundo baseado na alegoria e que por isto se configura como uma etnografia “protonaturalista”.

A seguir vou proceder à análise da pintura paisagística e etnográfica também com finalidade científica, que emerge com o surgimento da biogeografia, mãe de todas ciências naturalistas e românticas, fundada por Alexander von Humboldt (1769-1859), em pleno Iluminismo do século XVIII. Esta foi usada como instrumento metodológico para o conhecimento da natureza do mundo visível e foi empregado em todas as expedições, missões artísticas e científicas que vieram ao Brasil, sobretudo depois da vinda de D. João VI para o Brasil, em 1808.

Adianto que a importância dessa genealogia é fundamental para examinar, detalhadamente, no próximo capítulo a proveniência e a emergência (Foucault) do que venho denominando de *olhar paisagístico*. Como este olhar se presentifica nas relações sociais que permeiam o contexto cultural brasileiro, como se relaciona com a construção da hegemonia, desde a emergência de sua expressão do contexto histórico do qual provém.

Para isto, pretendo observar o *olhar paisagístico* a partir de um contexto onde se produz, estranho à Europa, seu meio físico natural e de onde ele provém. É o Brasil olhado com o olhar estrangeiro, que observa uma paisagem que não lhe pertence e constrói uma imagem exótica que se sedimenta no imaginário brasileiro, como se esse olhar estrangeiro fosse, desde sua gênese, dos próprios brasileiros. Com isto quero dizer que o europeu que aqui aportou trouxe consigo uma maneira de olhar o Novo Mundo, fundamentou essa maneira e desenhou-a em suas pranchas iconográficas com tanta consistência e competência que esta acabou sendo assumida, hegemonicamente, com uma forma nacional de dar a *ver* o país como *visão*, *fantasia*, à luz da psicanálise (Souza), discorrida no capítulo 1, e dessa forma sendo absorvida à identidade brasileira.

Cabe esclarece ainda que o último segmento desse primeiro capítulo é dedicado à gênese da ciência romântica do século XVII, a qual tem seu desenvolvimento e maturação sob o pensamento de Humboldt. A iconografia dos viajantes participa ativamente da conformação

do *olhar* dos artistas/cientistas românticos do século XIX, que bebiam da fonte dos viajantes-iconografistas. Estes registraram o que e como viam a paisagem brasileira, com finalidade epistemológica, que pudesse servir de apoio ao processo de racionalizar e enquadrar as imagens produzidas num sistema de classificação, para daí serem estudadas e analisadas como um modelo sistêmico da natureza ou mesmo do *socius* do Brasil colonial.

2.1.1. O olhar paisagístico como expressão artística

Do ponto de vista histórico o *olhar paisagístico* surge no cenário da cultura europeia como forma de expressão pictórica no século XVI. Seu surgimento está intimamente relacionado com o desenvolvimento da sensibilidade do olhar renascentista, que pressupõe a capacidade do artista de representar o Mundo da maneira fiel, mais próxima possível da experiência do olhar (Cardoso, 1997) de um observador diante de um objeto

Gombrich (1972), no capítulo XX, “Espelho da Natureza”, da sua clássica obra *A Historia da Arte*, explica o aparecimento da pintura paisagística na Europa Setentrional como parte dos efeitos da Reforma. Para o autor, o gosto dos mercadores protestantes da Holanda era muito diferente do que predominava no outro lado da fronteira. Preferiam, em vez da pompa exuberante do barroco da Europa católica, as coisas simples e triviais do cotidiano, diretamente conectadas com o universo natural. Conforme Gombrich o efeito desse gosto, aliado ao fato da proibição protestante ao culto às imagens, foi devastador sobre a pintura do época, fazendo com que os pintores tivessem que se concentrar em certos ramos para os quais não havia objeções com bases religiosas.

Como resultado, floresceram os gêneros pictóricos relacionados aos retratos, à natureza morta e à paisagem. Segundo Gombrich:

“os pintores da Holanda protestante que não tinham inclinação ou talento para o retrato tiveram que renunciar à idéia de viver principalmente de encomendas. Ao contrário dos mestres da Idade Média e da Renascença, tinham que pintar seus quadros e depois tentar encontrar um comprador, o que levou os pintores a um alto grau de especialização: os pintores de peixes sabiam como traduzir a tonalidade prateada e de escamas molhadas com um virtuosismo, que envergonhava mais de um mestre universal; e os pintores de marinhas não só se tornaram proficientes na reprodução de ondas e nuvens, mas eram tão notáveis especialistas na fiel e minuciosa representação de barcos e seus apetrechos que ainda hoje, seus quadros são considerados documentos históricos do período da expansão naval da Inglaterra e Holanda.” (1979: 328)

Paralelamente à visão pragmática de Gombrich, que indica a cisão do cristianismo europeu como fator determinante sobre o surgimento da pintura paisagística, Swinglehurst em *A arte das Paisagens* (1994) defende que esta expressão emerge no desenvolvimento da arte renascentista italiana. Para ele, o paisagismo apareceu de uma maneira mais visivelmente naturalista, como elemento de composição de uma narrativa que se desenvolvia em primeiro plano, ou melhor, como pano de fundo na pintura de Giotto e depois, detalhadamente, na obra de Mantegna e da família Bellini. Mas foi com o pintor bávaro Albrecht Altdorfer, que o paisagismo se tornou digno de ser um gênero nobre na pintura do século XVI, apesar de seu pouco prestígio de mercado. Para exemplificar seu ponto de vista sobre o pouco valor do paisagismo nesse período histórico, Swinglehurst (1994: 5-6) afirma que “Rubens, após uma vida ocupada como pintor da corte só pode se concentrar em pintar paisagens depois de ter comprado sua propriedade em Hetsteen”.

O que se percebe, nessas duas versões da história da arte, sobre o surgimento da pintura paisagística é, de imediato, a sua estreita relação com o universo laico e burguês, em busca de uma forma mais “objetiva” de *olhar* o mundo. Uma forma capaz de representá-lo através de imagens que se assemelhassem, o mais próximo e fiel possível, à experiência da *olhar*, tanto para satisfazer um gosto estético pelo simples e trivial, quanto para servir como instrumento

na documentação de novos territórios conquistados pela expansão marítima européia, como afirma Gombrich. (1979)

Com efeito, se por um lado o desenvolvimento das técnicas especializadas de pintura de paisagens na Europa não gozava de grande prestígio como gênero e tinha pouco valor de mercado, pela opinião dos dois historiadores acima citados, por outro, foi justamente sua capacidade de representar mais fielmente a natureza que seria de grande valia no processo de expansão marítima e comercial.

Na medida em que a pintura paisagística se desenvolve, ela, simultaneamente, vai educar o *olhar* europeu para o mundo, configurando-se historicamente como uma nova “construção dos sentidos”, no dizer da historiadora Belluzzo (1999). Processo esse que se constitui, na prática, numa forma de sensibilizar esteticamente a sociedade renascentista para uma forma considerada como “natural”, de *olhar* o mundo visível, mas também vai substituir nos primórdios do século XV, progressivamente, o sistema até então vigente de representação do mundo, baseado na alegoria, forma de *ver* e dar a *ver* o mundo através de um sistema de representação baseado num determinado código simbólico cifrado, (que acaba por ser lido como texto).

A intenção e o interesse dos europeus nessa “construção dos sentidos”, é cada vez mais ocupar o lugar da alegoria, para criar um sistema simbólico de representação visual baseado em imagens que se apresentem em sua verossimilhança com seus objetos e ganha um estatuto de realidade na ausência dos objetos. Ao se passarem por eles, as imagens funcionam como um artifício ficcional que opera no imaginário pela substituição do real concreto em função de uma ilusão criada com o objetivo de tornar o mundo, supostamente, visível e identificável universalmente.

Essa operação estética é posta em prática precisamente no período entre os séculos XVI e XVII, para atender às demandas do capitalismo expansionista totalizante, que caracteriza

esse período histórico, em ter um novo código visual modelar, tendo como eixo central a cultura ocidental européia. Belluzo assim define esse novo modo de olhar baseado na “construção dos sentidos”:

“o olhar lançado pela cultura européia, em fins do século XVI e no século XVII, para a terra e para o índio americano os reconstrói enquanto objetos de desejo e cobiça. Um misto de curiosidade e impulso de conhecimento, que corresponde a intenções de posse e de repulsa, com relação ao índio americano, traduzem as ocorrências históricas em versões fantásticas.” (1999: 88)

É nessa condição que, durante o período chamado de renascentista, surge o *olhar paisagístico*, de uma forma de *olhar* o mundo como uma experiência pretensamente “natural” e “orgânica”, para compor os fenômenos naturais como representações visuais (imagens) que tivessem o estatuto da verossimilhança (os olhos como espelho do mundo visível) com o real. O paisagismo pictórico assume o papel de *construto* cultural nesse momento e contexto da história da arte européia. Com isto o *olhar paisagístico* vai se tornar uma espécie de “lente” poderosa na percepção e produção da iconografia do Novo Mundo, em especial na representação das paisagens e aspectos particulares dos territórios conquistados, no sentido de identificá-los pelos e para os europeus.

Seja na condição de uma pintura histórica, da qual vale citar o pioneirismo dos pintores que vieram com Maurício de Nassau ao Brasil, seja como instrumental ilustrativo para a ciência naturalista, que se consagra no século XVIII, a utilização estratégica do *olhar paisagístico* se impõe como método de representação que interessa aos europeus em sua expansão econômica e comercial, conseqüentemente na conquista, dominação e colonização de novas terras, como no caso brasileiro pelas missões artísticas trazidas por D. João VI a partir de 1816.

2.1.2. O olhar paisagístico como instrumental na pintura histórica

Belluzzo, em *O Brasil dos Viajantes* (1999), comenta que, nos períodos sucessivos da expansão marítima europeia a cartografia, seguindo orientação humanística, sempre posicionou o hemisfério norte acima do hemisfério sul, com o intuito de dar uma conotação de sua superioridade étnica e cultural. Dessa maneira obedecia ao sentido convencional de leitura ocidental: de cima para baixo e da esquerda para a direita. Além disso, todos os mapas eram fartamente decorados e ilustrados com desenhos representando as figuras humanas, as quais eram caracterizadas segundo informações baseadas em depoimentos sobre aspectos de cada civilização, seguindo cânones estéticos retirados da Antigüidade Clássica.

Na medida em que o mundo ficava mais conhecido era continuamente redesenhado, obedecendo aos domínios políticos dos conquistadores europeus. Os círculos humanistas recuperavam a imagem do universo de origem grega, na figura ideal de Pan, metaforizando os novos continentes descobertos pela expansão marítima com imagens alegóricas, segundo a compreensão que originalmente já tinham dos conhecidos anteriormente.

Ainda segundo Belluzzo, era comum no século XVI que a configuração dos continentes, além de seguirem os métodos cartográficos renascentistas, serem ilustrados com alegorias de cunho pagão, derivadas de fontes romanas. Tais procedimentos se estenderam até o século XVIII e ganharam a denominação de “Iconologia” a partir da obra de mesmo nome de Cesare Ripa, intelectual filiado ao círculo neoplatônico de Ficino. Seu trabalho teve a primeira edição publicada em 1593 sem figuras e, em 1603, é lançada uma segunda edição ilustrada com xilogravuras, reimpressas ao longo de várias tiragens:

“Cesare Ripa configura o mundo em uma imagem literária de um ser híbrido, meio pastor, meio cabra, com longas barbas, que veste pele de animal, carrega e uma flauta de sete canos. Os cornos de Pan voltados para o céu mostram o corpo celeste e seu efeito sobre a Terra. Considera ainda que o animal governado pela natureza pode ser apresentado com vestes de diversas cores, análogas aos quatro elementos.

Ripa esclarece que recupera a figura de Pan, com base na interpretação de Boccaccio, no primeiro livro da ‘Genealogia dos Deuses’.” (Belluzzo, 1999: 193)

Belluzzo acrescenta a isto que é importante frisar que a palavra alegoria provém do grego “*allós*”, que significa *outro*, e *agorein*, que quer dizer *falar*, ou seja, é uma figura de retórica que diz uma coisa para significar outra. Segundo a historiadora, Ripa propõe que a alegoria é criativa e ficcional:

“a imagem feita para significar uma coisa diferente daquela que se vê com o olho, não tem uma regra mais certa ou mais universal que a imitação da memória que se encontra nos livros, nas medalhas e nos mármorees esculpidos pelo trabalho dos latinos e dos gregos ou daqueles mais antigos, que foram os inventores desse artifício.” (Belluzzo, 1999: 74)

A estratégia de Cesare Ripa consistia em fazer as imagens se passarem por leitura e a leitura remeter à imagem, num processo de articulação entre as formas de linguagem escrita e visual. Dessa forma, ele fundamenta todo um processo de leitura e interpretação, tanto no plano da imanência, quanto no da transcendência, que passa a ser uma forma ficcional aceita artificialmente como verdade. É esse sistema que vai ser empregado pelos pintores, escritores e poetas, na descrição e registros referentes às terras “descobertas” pelos navegadores em suas primeiras expedições às Índias.

Belluzzo (1999: 76) apresenta obra em que o continente americano aparece representado como uma nobre guerreira indígena pintada por Niccolo Frangipane em 1590, vestindo um manto e uma saia assemelhada às vestes tupinambás. [fig.12] O corpete e adereços parecem destinados a impregnar a figura feminina de um ar principesco, assim como, sua postura corporal, lembra as deusas e ninfas das representações clássicas da fase do helenismo grego. A presença do pássaro vem para designar a estreita relação dessa criatura americana com a natureza, assim como a figura de criança serve de adereço para simbolizar o espírito jovem e guerreiro da América como um atributo *natural*, imanente ao espírito de um continente ingênuo e selvagem. O tom amarelado que banha toda a imagem e que amalgama a figura com o fundo, parece remeter à idéia de uma atmosfera única e harmonizada em torno

do dourado, conotando haver aí nessa paisagem banhada de um sol sempiterno ou um universo dourado que apontaria para a existência de inesgotáveis riquezas, tal como descrito nas fábulas medievais sobre a visão do paraíso.



Fig.12: Alegoria da América, Niccolò Frangipane, 1590. (Belluzzo, 1999: 77)

O desenho a nanquim de Marten de Vos data de 1600. [fig.13] Nele, o continente americano é representado também por uma figura feminina de forma enobrecida e de postura muito elegante, seminua, de costas, rodeada de animais selvagens originários de diversos continentes; a retratada possui um cetro e está coroadada com um cocar de penas e laços soltos ao vento; ao fundo se vê uma caravela, ancorada numa praia deserta; a seus pés, o sinal da barbárie: uma cabeça de um homem branco, decepada.



Fig.13: América, Marten de Vos (atribuição), c.1600. (Belluzzo, 1999: 79)

Mas, sem dúvida, a alegoria mais significativa da América, do mesmo autor, é aquela onde aparece uma bela guerreira, dorso frontal, seminua, pernas ligeiramente voltadas para a direita, armas em ambas as mãos, seguindo o modelo estético usado na Grécia do período helenista de Diana (deusa grega da caça), ela está sentada naturalmente sobre um tatu. [fig.14] Este desenho realizado a nanquim e bico de pena sobre papel, também datado por volta de 1600, serviu de modelo a uma série de gravuras para alegorizar a América. O que nele se apresenta de mais significativo é a maneira como De Vos introduz o tatu como elemento exótico: um animal desconhecido dos europeus e que o artista dá proporções e expressão fisionômicas exageradas, fazendo desse herbívoro de pequeno porte parecer um monstro fabuloso e ameaçador, assemelhado a um dragão.



Fig.14: América, Antuérpia, Marten de Vos. (Belluzzo, 1999: 80)

O mais curioso nesse conjunto é a forma com que a bela figura feminina, de características fenotípicas bem européias, toma esse “monstro exótico” como assento, demonstrando sua absoluta soberania e domínio sobre a “fera”. Quem sabe, De Vos já não antevia nessa imagem uma América totalmente colonizada, cuja aparência de uma bela figura de mulher européia sentada sobre uma besta tropical simbolizasse a conquista e dominação do continente americano?

Com o desenvolvimento do naturalismo científico com base na observação direta da natureza, a iconografia que até então era vista como a construção dos sentidos pela cópia fiel da natureza, começa a emergir como instrumental de representações com pretensões de verossimilhança com o mundo visível. Passa a ter finalidades vinculadas ao saber, cuja proveniência remete ao contexto histórico próprio aos primórdios do pensamento renascentista. Mas, seu pleno desenvolvimento técnico atinge o auge na pintura barroca e na gravura do século XVII. Essa prática de produção artística, sistematizada como forma de apreensão do “real”, aqui entendido como “natural”, tem seu apogeu no século XVIII com a ciência naturalista. Também é conhecida como “a construção dos sentidos”, segundo Belluzzo, e consiste, basicamente, numa abordagem da natureza não mais considerada como obra da providência divina, mas como um fenômeno aberto à apreensão e ao conhecimento através dos sentidos. Esta filosofia de enxergar o mundo é rapidamente assimilada pela cultura laica dentro do contexto do capitalismo mercantil e liberal, propiciado pelo calvinismo reformador. É ela que vai propiciar a utilização dessas técnicas de produção de imagens “naturalistas”, através da renovação artística holandesa.

Com efeito, a expansão da empresa marítima da Holanda contribuiu para a renovação artística dentro do novo panorama da cultura laica européia, devido especialmente às condições impostas pela reforma protestante e sua influência nas artes, sobretudo na pintura. Esta era uma forma de expressão artística extremamente valorizada pela cultura européia do

século XVI que, por conta da reforma religiosa, sofreu profundas transformações de estilos e gêneros, dentre os quais destaco, em função do interesse desse trabalho, o gênero paisagístico.

É, portanto a partir do crescimento e do desenvolvimento da pintura, a qual se volta diretamente para a observação da natureza, como já abordei anteriormente, que as representações do mundo, à maneira alegórica, foram sendo gradualmente substituídas por novas formas de representá-lo, que atendiam ao novo estatuto da verossimilhança com o chamado mundo visível.

2.2. Os Holandeses no Brasil: o pioneirismo de Nassau

Maurício de Nassau esteve no Brasil em meados do século XVII (entre 1637 e 1644) trazendo com ele um grupo de cientistas e artistas com o objetivo de registrar a terra brasileira de maneira “naturalista”. Ao contrário dos portugueses – que, encerrados em seu pragmatismo de modelo colonial extrativista, se restringiram na especialização de uma apurada cartografia, a qual tinham o cuidado de guardar a sete chaves - a missão de Maurício de Nassau ambicionava uma forma de colonização em moldes de uma transposição da cultura holandesa para o Novo Mundo, ou seja, fundar a “Nova Holanda” em solo brasileiro.

Como parte desse empreendimento colonial, baseado na fabricação e comercialização do açúcar, criaram a Companhia das Índias Ocidentais pensadas como uma extensão do território holandês em terras brasileiras. Nassau tratou de trazer junto com sua tropa e pessoal administrativo, uma missão cultural a fim de conhecer melhor e em detalhes a natureza do novo território. Deste modo, vieram escritores e cientistas além de pintores barrocos de grande qualidade técnica e artística, como Frans Post e Albert Eckout, por exemplo. Estes artistas se esmeraram na tarefa de desenhar e pintar paisagens, espécimes naturais, além dos tipos humanos nativos, aí incluídos os mestiços (mulatos e mamelucos). A produção do grupo de Nassau configurou-se, em seu conjunto, uma iconografia de cunho etnográfico, absolutamente pioneira.

Segundo Belluzzo (1999: 88), os pintores de Nassau realizaram um registro iconográfico nunca antes dispensado a um país do Novo Mundo: “Nunca os povos americanos foram tratados com a dignidade conferida por essas pinturas”. Vale dizer que prefiro

interpretar o atributo dado aos retratos dos índios americanos - que a historiadora designa como “dignidade” - como uma maneira de representar os nativos do Novo Mundo no mesmo nível de qualidade estética reservada aos retratos dispensados a cidadãos de destaque na sociedade européia, ou seja, aqueles que tinham possibilidades financeiras para pagar um pintor da qualidade dos que vieram ao Brasil com Nassau.

Nesse sentido, esses grandes pintores lançaram mão das novas técnicas de pintura a óleo, guache e aquarela, baseadas na observação direta da natureza, realizando inúmeros registros de espécimes vegetais e animais, além dos famosos retratos monumentais de tipos brasileiros: painéis com cerca de 2.40 metros de altura pintados por Eckout se apresentam dotados de uma preocupação de sistematização e classificação do que seria registrado, renunciando o que viria a ser, mais tarde (séculos XVIII e XIX) o método científico conhecido como etnografia. Quero destacar, sobretudo, as grandes pinturas a óleo representando casais de figuras humanas tipificados como “nativos” brasileiros. Estas sugerem haver uma intenção maior de Eckout, que seria a primeira tentativa de criar uma escala evolutiva em relação ao grau de “civilização” (entendido como assimilação cultural da cultura européia), de cada um. Isto, para mim, predomina nas pinturas e é mais do que simples registro de curiosidades exóticas que povoam o ambiente tropical da América do Sul, em especial a região de Pernambuco. Os trabalhos de Eckout que me refiro, são: “Homem Tupinambá e Mulher Tupinambá”; “Homem Tapuia e Mulher Tapuia”; “Mulher Mameluca e Homem Mestiço”; “Homem Negro” e “Mulher Negra”, todos datados entre 1641 e 1643.

Pode-se observar com muita clareza como Eckout, munido de cânones estéticos inerentes ao estilo barroco holandês e suas implicações com o paisagismo, exerceu plenamente seu *olhar* exótico, no sentido do que estou designado neste trabalho de *olhar paisagístico*. Basta tomar como exemplo os quadros que representam o homem e a mulher tapuia. [fig.15, 16]



Fig.15: Homem Tapuia, Albert Eckhout, 1643.
(Belluzzo, 1999: 89)



Fig.16: Mulher Tapuia, Albert Eckhout, 1643.
(Belluzzo, 1999: 89)

Dentre os diversos aspectos imanentes às imagens desses tipos indígenas, que podem despertar a curiosidade do espectador, logo de imediato o que chama à atenção é a maneira convencional que parecem ter posado para o pintor, típica dos retratos feitos para engrandecer as grandes celebridades européias do século XVII: corpo inteiro, dorsos semifrontalizados, apoiados sobre uma das pernas, rostos e olhares confrontados com o espectador. Em suas fisionomias percebe-se com clareza alguns traços que deixam transparecer um certo ar brejeiro que parece estar sugerindo ao espectador, através de um leve sorriso, um convite a fantasias que possam remeter, o que já foi muitas vezes mencionado, à “visão do paraíso” historicamente associada à luxúria selvagem.

Esse casal de índios são tratados com tal monumentalidade que os faz parecer seres dotados de grande vitalidade e potência erótica, em virtude da pujança volumétrica caprichosamente modelada de seus corpos, incorporando em seu porte atlético a exuberante natureza que os emoldura e embeleza toda a composição. Como se isso não bastasse, todo esse esplendor corpóreo é reforçado, em sua voluptuosa fisicalidade, pelo contraste de uma grande porção de céu iluminado de uma luz resplandecente, quase divinal, realçada pelo artifício composicional, típico da paisagem holandesa barroca, oferecido pela colocação do baixo horizonte.

No que pese a preocupação documental de cunho etnográfico, percebe-se claramente nesses retratos a necessidade do pintor em demarcar sua função de historiografar os personagens, iconografando elementos que possam demarcar traços identitários do contexto cultural em que esses índios viviam. Para isso, Eckout se esmera em apresentar o casal de tapuias de posse de adereços diversos que pretendem metonimicamente dar conta de seu universo cultural, mas que funcionam, conjuntamente com os elementos da paisagem que os cercam, como atributos poéticos que contaminam alegoricamente o sentido da leitura dessas imagens.

Pelas figuras 15 e 16, do casal de índios Tapuia, pode-se ver, da esquerda para direita, o índio completamente nu, coroadado por um imponente cocar de penas coloridas na cabeça e segurando suas armas em ambas as mãos: arco e flechas e zarabatana na direita, e bordunha na esquerda, fazendo transparecer nesse aparato bélico sua grande potencialidade como guerreiro. Na aparência selvagem do guerreiro, que Eckout com sua técnica pictórica apurada plasma a uma representação da natureza impregnada pelo olhar *exótico*, está realçado e expresso plasticamente uma intimidade mimética entre os dois, como se ambos, índio e paisagem, compartilhassem os segredos e mistérios de uma natureza ignota aos olhos europeus, sugerida pela imagem. Uma natureza tropical plena de melindres, o que é reforçado pela figura de um jacaré rastejante aos pés da figura do guerreiro indígena insinuando que, por detrás daquele corpo humano mostrado por inteiro em sua nua e crua frontalidade, subjazem em contrapartida, artimanhas e ardis insuspeitos.

A índia, por sua vez, tem um certo ar de graciosa inocência, quase angelical, em estado de plácida naturalidade. Carrega um cesto à cabeça onde se destaca, além de uma cabaça, um pé humano. Com a mão direita segura uma outra mão decepada que, provavelmente, assim como o pé que carrega na cesta, pertenceram ao corpo de um suposto inimigo abatido em combate. Com isso o pintor faz questão de mostrar, indiretamente, a prática do canibalismo entre os tapuias.

Esses retratos exemplares ratificam uma imagem da América vinculada à selvageria, atributo cultural pertinente aos hábitos dos habitantes do Novo Mundo, que os europeus já haviam representado de sobejo, inclusive ilustrando em gravuras, a partir de diversos relatos de viagem, desde o início do século XVI, como os de Hans Staaden, das figuras 17 e 18.



Fig.17: Execução de um prisioneiro que está preso à Mussurana. (Belluzzo, 1999: 51)



Fig.18: Abate do prisioneiro, Theodore de Bry. (Belluzzo, 1999: 51)

No que diz respeito às figuras nativas pode-se dizer que o olhar dos pintores de Nassau, assim como os primeiros relatos de viajantes europeus acima mencionados, esteve bem longe das primeiras representações de cunho religioso do início do século XVI. Nas ilustrações religiosas se alternavam satanização e santificação dos selvagens americanos, configurando um mundo paradoxal, misto de céu e inferno, como bem o relatam as lendas sobre o “paraíso perdido”, que povoavam o imaginário dos navegadores, os chamados “descobridores”, de que nos dá conta Hollanda em seu importante livro, *Visão do Paraíso*:

“(…) Colombo não estava tão longe de certas concepções correntes durante a Idade Média acerca da realidade física do Éden que descrevesse de sua existência em algum lugar do globo. Em nada o depreendia da idéias, verdadeiramente obsessiva em seus escritos, de que precisamente as novas Índias, para onde o guiaram a mão da providência, se situava na orla do Paraíso Terreal. Se a altura do Paria chega ele a manifestar com mais veemência essa idéia, o fato é que, muito antes, e desde o começo de suas viagens de descobrimento, a tópica das “visões do paraíso” impregna todas as suas descrições daqueles sítios de magia e lenda.” (2000:19).

Assim como Colombo e os demais “descobridores”, também os pintores históricos de Nassau substituíram essas primeiras imagens construídas sobre fabulações religiosas que retratam os indígenas segundo um viés maniqueísta - ora como seres dotados de uma ingenuidade angelical e divina, ora como representações do próprio demônio - e adotaram uma compilação muito aproximada da sistematização do naturalismo, uma espécie de proto-etnografia do que viram e selecionaram do território brasileiro - especialmente das regiões de Pernambuco, Maranhão e Piauí - que, em seu conjunto, se configurou numa coleção de imagens, posteriormente transpostas para um álbum de gravuras em metal com grande tiragem em relação às espécimes vegetais e animais, denominado de *Theatrum Rerum Naturalium Brasilia*.

Segundo Belluzzo (1999: 96), a natureza é representada nessas obras de forma sistêmica e ordenada, “(...) formando uma sucessão de ícones animais (aquáticos, voadores e mamíferos, conjunto esse do qual participavam os homens)”.

Em suas anotações de campo, os pintores e seus auxiliares praticaram, de fato, um exercício de observação direta das coisas. Isto pode ser considerado, propriamente, naturalista, uma vez que ilustra os espécimes em separado, selecionando-os um a um ou em conjuntos, destacando-os da paisagem. Em muitos desenhos aparecem os nomes dos animais escritos com legendas onde as designações em tupi-guarani são mantidas, só que transcritas em caracteres do latim. Deste modo é esboçada uma etnografia universalista que só viria ser reconhecida, de fato, com os métodos de classificação criados pelos cientistas naturalistas Lineu e Le Buffon (primeiros botânicos que criaram formas de classificação) e adotados pelos naturalistas viajantes, um século depois, como se vê nas figuras 19 e 20.

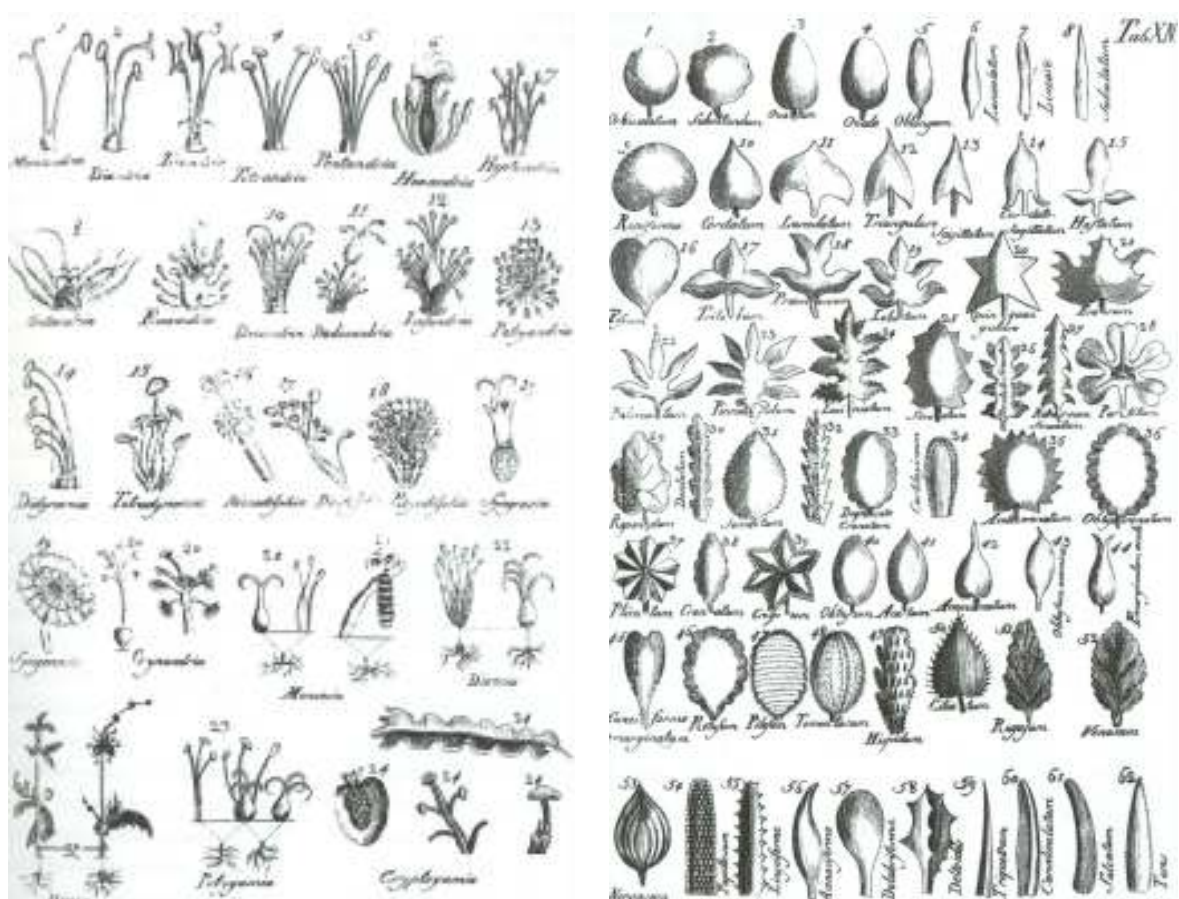


Fig.19, 20: As classes das plantas no sistema sexual de Linneo e Terminologia de Botânica (Belluzzo, 1999: 19)

No que tange à paisagem, ainda segundo Belluzzo (1999), os pintores holandeses optaram pelas angulações panorâmicas à maneira caseira: baixa linha do horizonte deixando grande céu à mostra, buscando o sentido cinético da natureza, nas mudanças da luminosidade. Por outro lado, sempre mantiveram a preocupação com o pitoresco e com os pequenos detalhes dos primeiros planos, geralmente com um tratamento pictórico muito precioso e detalhista cujo objetivo é descrever, o mais minuciosamente possível, a fauna e a flora nativa, demonstrando a preocupação em mostrar o exotismo em seus pormenores, como se pode observar no exemplo da figura 21. É um quadro de Frans Post, datado de 1638 e intitulado “O Rio São Francisco e O Forte São Maurício”, no qual o pintor “planta” em primeiro plano sobre a diagonal (o que serve para acentuar a sensação de profundidade), uma cotia e um cacto, formas artificiosas que sob uma luz difusa que nada tem de tropical, demonstrava a clara intenção do autor de apresentar aspectos exóticos peculiares da região em que ele se encontrava.



Fig.21: O Rio São Francisco e o Forte Maurício, Frans Post, 1638. (Belluzzo, 1999: 121)

No que diz respeito à luminosidade, Belluzzo faz questão de frisar a preocupação constante dos pintores holandeses, em temperar o gosto estético europeu com uma nova visão dos trópicos, procedimento pictórico que fez surgir obras singularmente plásticas:

“(...) a pintura de Post, após a volta para a Holanda conservou a tônica documental, por meio da qual pode definir a ‘paisagem brasileira’ segundo seus cânones barrocos, ao mesmo tempo em que alimentou o olhar de um público desejoso de visão exótica.” (1999: 124)

De fato, alguns trabalhos realizados pelos pintores holandeses, algum tempo depois de sua estada do Brasil e já na Holanda, mostravam um tratamento esteticamente híbrido entre um olhar naturalista e um olhar idealizado, condicionado pelas convenções da pintura holandesa.

Uma pintura que se apresenta como exemplar dessa maneira de pintar a natureza brasileira em território europeu, é o quadro “Catarata de Paulo Afonso”, de autoria de Frans Post, feito na Holanda em 1649, a partir de anotações realizadas quando de sua estada no Brasil. É importante atentar para o fato, um tanto raro em relação ao seu tema, de que essa imagem rompe com a forma preferencial da pintura paisagística holandesa que eram as marinhas. Neste caso o quadro traz a visão de um sertão, uma região tida como um lugar totalmente estranho e ignoto a ponto de se imaginar, na época, como sendo uma terra inundada. [fig.22]

O que se destaca imediatamente nessa paisagem, cujo tema é centrado na intenção de retratar uma cachoeira de grandes proporções - uma beleza natural bastante exótica ao olhar de um holandês - é sua frontalidade cuja finalidade é, em princípio, nitidamente documental. No entanto, no afã de mostrar esse acidente geográfico como um fenômeno extraordinariamente grandioso e monumental, Frans Post o faz marcadamente artificializado, pela maneira uma tanto esquemática e redutiva de retratar a diversidade e a heterogeneidade das quedas d’água.



Fig.22: A Cachoeira de Paulo Afonso, Frans Post, 1649. (*Belluzzo*, 1999: 125)

O que também merece atenção no quadro é o tratamento absolutamente idealizado da atmosfera da imagem, sobretudo no que diz respeito ao convencionalismo, um tanto idílico e fantasioso, usado para retratar o céu, que o faz mais parecer como um fundo de retábulo de uma igreja barroca italiana. Isso tudo é composto plasticamente de tal modo que o céu não consegue se estabelecer como um corolário pictórico da luz que ilumina o solo e a mata tropical, apesar da tentativa de modulá-lo cromaticamente com o azul, que é empregado na base do último plano onde está representado pela cadeia de montanhas.

Os pintores holandeses (sobretudo Eckhout), se destacaram também nas naturezas mortas, gênero de uma pintura por excelência burguesa. Nesses trabalhos, onde demonstram extrema habilidade artesanal e domínio da tinta a óleo, os pintores de Nassau se esmeram em seu virtuosismo para retratar as frutas tropicais de maneira peculiarmente exóticas, mostrando-as em suas cores exuberantes, luxuriosamente fetiches transbordantes de fertilidade, exibindo as polpas e sementes no interior de suas entranhas através de mutilações em seus corpos, explorando-as em uma escala de grande magnitude, em primeiro plano, ocupando toda a extensão da tela, como se vê nas figuras 23 e 24.

O que se percebe de muito especial nessas naturezas mortas compostas de frutos tropicais é o paradoxo que se estabelece pela preocupação do pintor em procurar retratá-las com uma fantasiosa nitidez, na qual nada está fora de foco. Ao mesmo tempo, através de artifício estético típico do paisagismo, isto é a contraposição de campo e contra-campo, “repõe” essas frutas à natureza, “ressuscitando-as” em uma outra dimensão (a paisagística) que sugere uma atmosfera divina, já muitas vezes mencionada, que é a “visão de paraíso”. Ou seja, a forma em que as terras americanas foram fabuladas pela cultura européia desde a Idade Média, segundo Hollanda (2000).



Fig.23: Abacaxi e Mamão, Albert Eckhout. (*Belluzzo*, 1999: 115)



Fig.24: Composição com cocos, Albert Eckhout. (*Belluzzo*, 1999: 115)

O artifício encontrado por Eckhout, para exercer aí o seu olhar exótico, é bastante curioso e expressa fortemente a presença de um *olhar paisagístico* de grande especificidade, através do qual é capaz de naturalizar uma natureza morta, dotando-a de uma materialidade luxuriante, revestindo-a de uma película brilhante e, ao mesmo tempo, impregnando-a de uma certa transcendência. Poderia mesmo dizer que esta transcendência seria uma metafísica religiosa, na medida em que contrapõe esmeradíssimos arranjos com amplos panoramas celestes, iluminados por uma luz teatral oblíqua, à maneira dramática de Caravaggio, pintor expoente do barroco italiano do século XVI. Caravaggio seguindo a corrente estética, surgida no período histórico coincidente com a contra-reforma, “naturalizou” as principais cenas que retratam episódios do Novo Testamento, sobretudo às relativas ao suplício, à morte e à ressurreição de Jesus Cristo, sob o prisma de uma visão crua e realista obtida a partir dessa iluminação alvar e transversal.

Se o material original produzido *in loco* pelos pintores de Nassau transgrediu em muito os cânones naturalistas, muitos dos seus subprodutos, produzidos posteriormente na Europa a partir desses primeiros registros, retroagiram totalmente à condição de alegorias, no sentido do sistema de Cesare Ripa. É o caso das tapeçarias Gobelins chamadas de “Peinture des Indes”: peças bordadas à mão, de grandes formatos, onde aparecem cenas fantásticas dos artistas tapeceiros misturando animais de diversos continentes em confluência com os mais diversos espécimes vegetais, lutando entre si, mas sintetizando alegoricamente toda a extensão da empresa colonialista holandesa.

Assim, os artistas pretendiam estar criando uma perspectiva unitária, num só contorno desejado, imaginado e auto-definidor, que fazia com que África e América se tornassem um só território e uma possessão maravilhosa. Ao mesmo tempo, estariam camuflando aspectos pouco ou nada edificantes do ponto de vista civilizatório, como a servidão, a exploração humana em níveis degradantes, sobretudo aqueles que trazem aspectos bastante

estigmatizados vinculados às formas de representar os seres humanos subjugados, e “naturalmente” subservientes em sua condição de escravos. [fig.25]



Fig.25: Os dois touros, Manufacture dês Gobelins, Paris, c.1723. (Belluzzo, 1999: 108)

Algo próximo acontece com os quatro grandes painéis pintados por Jan van Kessel, representando os quatro continentes em alegorias. [fig.26] Sobre o painel que representa o continente europeu, Belluzzo comenta:

“A individualidade européia formulada pela profusão de imagens de Van Kessel é uma personificação da arte, reiterada na cidade artística que é Roma e no interior artístico palaciano (...). Trata-se de uma identidade política, artística e científica. Em outras palavras, resume-se no colecionismo pelo qual a Europa se *re-conheceu*. Sua identidade é gerada pelo acúmulo de artefatos e espécimes da natureza, pelo acúmulo de informações” (1999: 138).



Fig.26: Europe, Jan van Kessel, 1664. (Belluzzo, 1999: 140)

Cabe explicitar, no meu entender, que a autora, ao se referir ao *re-conhecimento* da Europa, usa uma forma retórica para designar o eurocentrismo - a maneira como a civilização europeia historicamente se auto-identificou (valores vinculados ao cristianismo, à propriedade privada, ao lucro, à racionalidade científico-tecnológica e ao progresso, segundo a lógica do capitalismo) - o que ao ser contrastado com as diferenças culturais desses outros territórios e no confronto com os não europeus, se tornou mais visível. Isto facilitou seu auto-reconhecimento como uma unidade continental, baseada nesses valores.

O eurocentrismo, segundo Amin (1996), é uma perspectiva fixada num modo de olhar o mundo tendo como eixo central os paradigmas que representam valores culturais automeados europeus. Ou seja, um ponto de vista centrado na idéia de uma identidade europeia que se constrói a partir de um artifício de apropriação da história universal pelos europeus, durante o período renascentista. Ao mesmo tempo em que expropria e omite a contribuição cultural trazida para o continente europeu pelos povos “orientais”, ou não-europeus, seguidores da religião Islâmica, que ocuparam a Península Ibérica e grupos étnicos procedentes do norte do continente africano e da Península Arábica, hoje denominada genericamente pelo senso comum ocidental, simplesmente como “árabes”.

Segundo Amim, é a partir dessa expropriação cultural que os historiadores europeus vão fabricar uma história europeia, construindo-a como um falso *continuum* espaço-temporal entre o período renascentista - que corresponde à ascensão capitalista e expansionista comercial e marítima dos séculos XV e XVI - e o período clássico da Antiguidade Greco-Romana. Com isto os citados historiadores redesenham o mapa europeu, incluindo a Grécia como Ocidente, quando na verdade a procedência histórica da sua cultura estava estreitamente ligada ao “oriente” próximo, ou seja ao Egito, Mesopotâmia, Pérsia, Índia, etc. Com isso passam a “costurar” o hiato cultural existente entre a Idade Média e omitiram propositalmente

a contribuição efetiva do conhecimento trazido da antiguidade clássica pelos “árabes” que, segundo Amim (1996), são os povos verdadeiramente depositários da cultura grega.

Essa operação hermenêutica, posta em prática pela elite intelectual européia, tem como objetivo principal constituir a cultura hegemônica para assim auto-legitimá-la como tributária de valores civilizatórios universais. Isso serviu como pretexto moral para seus interesses materiais que, no decorrer dos séculos seguintes foram postos em prática em sua expansão comercial, conquista militar e dominação colonial nos demais continentes e, ainda hoje, perdura como aparato discursivo para justificar a exploração e intervenção político-cultural neocolonialista nesses mesmos lugares.

Da mesma forma, ou seja através do artifício retórico do eurocentrismo, os europeus passam a se auto-denominar de “ocidente” e esses outros povos não-europeus a ser identificados, estrategicamente, como extensões da identidade cultural da própria Europa, através do processo de colonização. São, assim, transformados em suas próprias formas de representação, sejam no campo textual ou imagético, como variações *exóticas* de si mesmos. Conseqüentemente, com essa operação identitária de caráter simbólico, a Europa se reveste na condição de centro do mundo civilizado e com a incumbência moral de propagar sua cultura e seus valores “naturalmente” civilizatórios, para o resto do mundo.

O “ocidente”, compreendido como o conjunto de povos que se auto-identificam como europeus, incorpora culturalmente o estranho através do eurocentrismo - o Outro, não-europeu - de forma *exótica*. Said (1990) o considera como *orientalismo*, segundo seu ponto de vista, um mecanismo visual em referência ao modo de olhar do Ocidente para o Oriente. É assim que a ele se refere:

“(...) o oriente é olhado, posto que o seu comportamento quase (mas nunca totalmente) ofensivo tem origem em um reservatório de infinita peculiaridade; o europeu, cuja sensibilidade passeia pelo Oriente, é um observador, nunca envolvido, sempre afastado, sempre pronto para novos exemplos daquilo que a ‘*Description de L'Égypte*’ (enciclopédia napoleônica sobre o Egito) chamou de ‘*byzarre jouissance*’. O Oriente torna-se um quadro vivo de estranheza.” (1990: 112)

E esse quadro, de modo bastante lógico, torna-se um tema especial para textos. Assim se completa o círculo; de estar exposto aquilo para que os textos não nos preparam, o Oriente pode voltar como algo sobre o que se escreve de maneira disciplinada. A sua estrangeirice pode ser traduzida, os seus sentidos decodificados, a sua hostilidade domada.

Assim como o *Orientalismo*, modo que o europeu olha o estrangeiro, o europeu torna-se uma metonímia do Ocidente que, segundo Said, teria emergido numa *byzarre jouissance*, proveniente da *Encyclopedie d'Égypte* e tem em sua gênese uma estreita relação cultural, historicamente vinculada com o chamado colecionismo. Este, como fenômeno cultural, funcionou basicamente durante o século XVII como um dispositivo auto-definidor da identidade européia, de acordo com Belluzzo (1999). Segundo esta autora, o colecionismo se expandiu a partir da criação dos primeiros mercados de arte e é o responsável direto pelo despertar dos sentidos para a pura experiência estética burguesa, desprovida de sentido moral ou religioso, desprovida do sentido ético. O colecionismo é assim exposto por Belluzzo:

“no início do século XVII o tema a coleção dá lugar a um novo gênero de pintura na Antuérpia. A pintura de gabinetes de arte construída de modo descritivo e as figurações alegóricas de espaços de coleções são introduzidas por Franz Franken, o jovem, e Jean Breughel de Velours. O procedimento da pintura flamenga minuciosa, observadora de detalhes, de colorido rico e atrativo, parece redundar sobre o tema tratado, e o resultado, como é de se supor, afirma o colecionismo que se desenvolve naquela região. A Antuérpia, promovida pelos Habsbourg constituía o primeiro mercado de arte a merecer tal designação, à medida que as coleções de pintura se tornavam autônomas com relação aos modelos das coleções enciclopédicas.” (1999: 143)

Ainda segundo o relato da mesma historiadora, citando o texto de Schaer:

“(...) Desde a metade dos Quinhentos, a Europa difunde um tipo de coleção que ficou conhecido como gabinetes de curiosidades, chamado nos países germânicos *Kunstkammer* e *Wunderkammmer*, isto é, gabinete de arte ou de maravilhas. Roland Schaer, em seu livro, *L'Invention des Musées* esclarece que “na metade do século, os modelos das coleções eram fornecidos pelos príncipes da época maneirista; Francesco I de Medici, em Florença; arquiduque Ferdinand, da casa de Ambras no Tirol; imperador Rodolfo II, em Praga; duque Alberto, da Baviera”. (Schaer *apud* Belluzzo, 1999: 21)

E, continuando sua argumentação, Belluzzo afirma:

“Na época das grandes viagens às terras distantes, reis, sábios e amadores passam a colecionar objetos estranhos, cujo interesse consistia precisamente no caráter

inusual das peças. O surgimento do gabinete no século XVI é inseparável da curiosidade pelas coisas do mundo e não por valores religiosos e culturais, pelos quais essas coisas possam ter sido reinterpretadas ou valorizadas posteriormente. Essas coleções heterogêneas reuniam tanto aspectos desprendidos da natureza quantos artefatos históricos e antiguidades (...). Geralmente, as coleções correspondem ao modelo real, da acumulação aristocrática e enciclopédica, ou ao modelo privado mais especializado de amadores e sábios, que outorgava prestígio ao seu proprietário ou destinava-se ao estudo de história natural, seja para fins medicinais, seja como antecipação das ciências naturais do século XVIII” (1999: 143)

Mais adiante a autora afirma, com base na apresentação de Becker e Findt na exposição *Museum Europa*, no Nationalmuseet, Copenhague em 1993, que:

“as combinações do exótico, raro, bonito, suntuoso, mágico eram componentes essenciais dentro dos propósitos que visavam nada menos do que a universalidade. Em contraste com as coleções de estudo da época, as principescas coleções enciclopédicas eram enigmáticas, mais complexas e ambíguas (...) Antes de as peças serem inscritas em suas séries, elas podiam fulgurar como aparências impenetráveis - exacerbando-se sua presença visível -, incompreensíveis e sem a inteligibilidade que posteriormente irão adquirir ao ser inseridas em conjuntos conexos.” (Belluzzo, 1999: 144)

O que dá para se inferir desse conjunto de comentários de Belluzzo sobre o colecionismo, é que esse processo de acumulação de informações, derivado e conjuntamente articulado com a sequência das viagens, se configura como um processo germinal do Ocidente voltar sua atenção para as novas terras descobertas, além de decisiva contribuição na formação do olhar exótico do europeu como um artifício estético de lidar e assimilar o estranho e o desconhecido. E de fato isso aparece na medida em que se verifica, historicamente, como o colecionismo gerou esse olhar exótico paralelamente ao processo da própria formação da identidade européia. Este olhar se estende como uma ponte entre as formas de representação tradicionais, baseadas na alegoria e na fabulação, provenientes do anedotário europeu sobre o mundo desconhecido (o estranho, o Outro, o não-europeu, que vem desde a Idade Média), e a ciência naturalista do século XVIII.

Por esse processo de acumulação, estocagem e seleção de elementos da natureza do Novo Mundo, o colecionismo europeu passa a estabelecer suas diferenças identitárias, transferindo-as de modo particular pelas formas iconográficas. Isso se dá inicialmente a partir

de fabulações sobre o que supostamente imaginava-se serem as terras descobertas. Num segundo momento, de reconhecimento dessas terras, os europeus se utilizam das alegorias para confeccionar as cartografias e, posteriormente, no século XVI com a construção dos sentidos e a preocupação de criar uma ciência naturalista, buscando a verossimilhança da natureza nos registros feitos. O conjunto desses repertórios iconográficos, aqui referidos por Belluzzo, servem para demonstrar a correlação existente entre a construção da identidade européia e a brasileira.

Com efeito, essas colocações se configuram perfeitamente dentro do processo denominado por enciclopedismo novecentista, citado por Said em sua formulação sobre a noção de *orientalismo* e que, segundo o meu entendimento, o consagra numa forma hegemônica de olhar o Brasil que é um *olhar paisagístico*. Este, por sua vez, como objeto de análise deste trabalho é examinado quando se materializa como iconografia, que nada mais é que um poderoso artefato simbólico, na medida em que auxilia fortemente a produção de enunciados textuais sobre o país no processo de construção de sua identidade cultural.

2.3. O Olhar Paisagístico como instrumental da Ciência Naturalista

Como já havia adiantado, vou me estender um pouco mais sobre Alexander Von Humboldt, sua obra e sua importância na construção de novo modo de olhar não só o Novo Mundo, mas a natureza, no contexto da sensibilidade da ciência romântica do século XVIII. Para tal, vale citar Pratt em *Os olhos do Império* (1999), capítulo 6, intitulado “Alexander Von Humboldt e a reinvenção da América”.

Pratt começa com uma breve, mas concisa, biografia da infância de Humboldt, marcada pela prematura orfandade paterna, em 1777, a precoce inclinação pelos livros e sua brilhante capacidade intelectual, que o leva a frequentar os *salons* de judeus liberais em Berlim, os quais, diferentemente daqueles da aristocracia alemã da época, possibilitou-lhe aproximar-se das artes da linguagem e da filosofia. Foi de suma importância a amizade de Humboldt por George Forster, o naturalista que havia acompanhado Cook em sua segunda viagem, num período em que ele ainda era estudante na Universidade de Ciências Naturais de Gottingen e na Escola de Minas. Juntos Humboldt e Forster viajaram à Inglaterra em 1790 e na mesma ocasião conheceram a França do período revolucionário napoleônico.

Alexander Humboldt, depois de um breve tempo à frente do negócio de mineração como consultor e inspetor do governo prussiano - o que, além de estabilizá-lo financeiramente, deu-lhe a oportunidade de desenvolvesse seus talentos como cientista - começa a publicar seus primeiros trabalhos. Segundo Pratt, os hábitos de Humboldt, que beiravam o monástico e sua obstinação pelos estudos, foram totalmente potencializados

quando sua mãe faleceu em 1797, liberando-o totalmente para realizar seus sonhos de viajar pelo mundo, conhecer lugares fora do ambiente europeu.

Depois de muitas tentativas malogradas de integrar expedições científicas ao Egito e às Índias Ocidentais, sua oportunidade surgiu finalmente através de relacionamentos com altos dignitários da Espanha, especificamente através da influência do primeiro-ministro Mariano de Urquijo junto ao rei Carlos IV. Juntamente com seu companheiro, o botânico Bonpland, que havia conhecido em Paris, partiu para a Venezuela em 1799, em viagem que duraria cerca de um ano. Essa viagem é descrita por Pratt como extremamente rica para Humboldt, na medida em que ele pôde explorar de alto a baixo o rio Orenoco, chegando ao Amazonas, atravessando selvas e montanhas, cruzando grandes planícies, de povoado a povoado, “(...) medindo, coletando, fazendo experimentos, desenhando e registrando tudo por escrito”. (1999: 206)

Pratt menciona que as viagens de Humboldt se estenderam ainda ao Peru, ao México e aos Estados Unidos, quando foi recebido por Thomas Jefferson, por volta de 1802. De retorno à Paris em 1804, Humboldt é reconhecido como uma celebridade internacional. Vira atração para a sociedade científica e para a burocracia oficial parisiense, tirando vantagens e capitalizando seus conhecimentos através de eventos - como palestras e seminários, exposições de espécimes recolhidos nas viagens -, dos quais se destaca a exposição do *Jardin des Plantes*, ao mesmo tempo em que a figura de seu companheiro nessas viagens, Bonpland, vai se esmaecendo socialmente.

Como complemento desse retorno ao ambiente europeu, Humboldt inicia uma incomensurável produção de livros: trinta volumes de *Viagens às Regiões Equinociais do Novo Continente em 1799, 1800, 1801, 1803 e 1804*, que começam a ser impressos em 1805 e só terminam em 1834, incluindo dezesseis volumes de botânica e geografia de plantas, dois de zoologia, dois de mensurações astronômicas e barométricas, sete de descrição geográfica e

geopolítica e três narrativas de viagens, propriamente ditas. Estas últimas, por sinal, são lembradas por Pratt como sendo as que mais marcaram a imaginação dos europeus, por serem menos científicas e mais expressivas e pessoais. Esses trabalhos ditos “não-técnicos”, a presença de gravuras, ilustrando acidentes geográficos, fenômenos arqueológicos e naturais, impressionam o público leitor até os dias de hoje. Segundo a autora, essas imagens, mais do que qualquer tratado científico ou texto técnico, são responsáveis pelo que ela reputa ser a reinvenção da América do Sul:

“(...) antes de tudo, enquanto natureza. Não como natureza acessível, coletável, reconhecível, categorizável dos lineanos, mas como uma natureza extraordinária, um espetáculo capaz de ultrapassar o conhecimento e a inteligência humanos. Não uma natureza que senta e espera ser conhecida e possuída, mas uma natureza em movimento, impulsionada por forças vitais em grande parte invisíveis para o olho humano: uma natureza que apequena os homens, determina o seu ser, excita suas paixões, desafia seus poderes de percepção. (...) Tão engolfado e miniaturizado era o humano na concepção cósmica de Humboldt, que a narrativa deixou de ser uma forma viável de representação. E ele a evitou deliberadamente.” (Belluzzo, 1999: 212- 213)

Mais adiante, Pratt escreve que seus primeiros escritos não-técnicos sobre as Américas, tomaram a forma de ensaios descritivos e analíticos e foram apresentados e preparados como aulas. Estas aulas foram editadas, pela primeira vez em 1808, em alemão, com o título de *Ansichten der Natur*, em português, *Imagens da Natureza*. A obra teve sua origem numa série de conferências em Berlim em 1806, aclamadas com grande sucesso pela comunidade científica e intelectual e foi seguido pela publicação em 1810 de um álbum, luxuosamente ilustrado, intitulado *Imagens das cordilheiras e monumentos dos povos indígenas da América*. A autora faz questão de enfatizar a importância das imagens no contexto dessas obras, “(...) a imagem ou quadro foi a forma escolhida por Humboldt para seus experimentos naquilo que chamava de ‘a forma estética de tratar os objetos da história natural’.” (1999: 213).

Humboldt pensava a imagem como uma forma corretiva de lidar com as falhas dos relatos de viagens que pecavam, ora pelos excessos do “meramente pessoal”, ora pelo

acúmulo de dados de detalhes científicos, em sua opinião, espiritual e esteticamente enfraquecidos. Pratt afirma que, para Humboldt, a solução foi encontrar um meio de produzir imagens que combinassem a especificidade da ciência com a estética do sublime. Ou seja, aliar a capacidade estética de perceber, captar e revelar expressivamente através do visual das imagens a vitalidade que ativa as forças que movem a natureza (o oculto, o insondável mistério que se esconde sob a aparência da placidez da paisagem, o que então era chamado de sublime pelos românticos), com a metodologia sistematizadora da ciência.

Em outras palavras, Humboldt, na visão de Pratt, estabeleceu um método de abordagem da natureza para fins epistemológicos, articulando a sensibilidade intuitiva do artista com a acuidade disciplinada e sistêmica do cientista. Humboldt, nessa perspectiva, é um pensador da ciência naturalista que articula o *ver* – de que se deixa tomar pelo impacto estético das sensações em sua totalidade cósmica, segundo o pensamento de Cardoso apresentado no capítulo 1 - com o *olhar* - este também pela perspectiva de Cardoso, que tem uma função indagadora e investigadora dos fenômenos físicos da natureza, para uni-los e chegar a uma síntese capaz de se aproximar da experiência do vivido.

Em *O Cosmo*, uma obra singular editada entre 1845 e 1862, Humboldt considera a imagem uma forma ideal de registro da natureza, que vai nortear toda a ciência moderna que se apóia na geografia. Singular porque propõe de saída, a representação e a apresentação do conhecimento, mediante expressão imagética figuradora de um olhar sobre determinado lugar e que passe necessariamente pela contemplação sensível da totalidade da paisagem, provocando antes de tudo o encantamento da alma. Como tal, Humboldt, como já mencionei, propõe um trânsito entre o ver e o olhar no sentido de Cardoso como método a ser adotado pelo cientista naturalista. Este, de posse efetiva e afetiva da imagem da paisagem do lugar através do seu registro iconográfico, pode passar a compreendê-lo em sua condição de meio de comunicação.

Deste modo, por ter a matéria científica lhe parecido demasiado crua, Humboldt passa a empreender uma ação em que a fruição estética e o conhecimento se articulem em uma totalidade visibilizada por meio de uma representação cósmica, aí incluída a natureza e os estudos de seus produtos, estudos esses presentificados pela impressão viva do naturalista que, em seu conjunto, restitua a confiança da ciência nas representações mentais do homem junto ao empírico. Este é o pressuposto inicial de uma ciência que seria nomeada por Humboldt de *biogeografia*, segundo a qual o naturalista para dominar o mundo precisa, basicamente, deter-se num elevado ponto de vista, buscando situar primeiramente seu olhar num eixo auto-centrado, no caso eurocentrado, a partir do qual ele contempla a paisagem de cima.

Trata-se de construir um *olhar* sublime e distanciado do viajante, ao mesmo tempo um *ver* maravilhado e envolvido por uma visão afetiva e que lhe é particular. A paisagem é reconhecida como sujeito, como o próprio Humboldt advoga para o cientista naturalista diante do cenário de um mundo desconhecido e exótico que ele deseja conhecer e dominar através do seu sistema cognitivo. Esse método de Humboldt permite que sua visão seja interpretada como um todo da natureza de um lugar desconhecido e, com isso, perpassar a sua própria essência, para assim poder revelar sua identidade, antes mesmo que ela seja estruturada pelo discurso verbal. No entender de Humboldt, o produto desse método, em termos iconográficos, é capaz de atingir rapidamente o imaginário do público espectador, pela sedução do *olhar*, estabelecendo as bases para uma naturalização dessa *visão*, no sentido de uma *fantasia* (Souza) produzida pela imagem, que em sua fluidez tenta captar o constante devir da natureza, através do ser da imagem fixa.

Esta operação transforma o real em registros iconográficos estáticos, que passam a representá-lo como simulações fabuladas, em imagens que buscam a ilusão através da verossimilhança com o real e de um aparato técnico, cuja estética foi desenvolvida pela arte

renascentista - em especial a pintura paisagística holandesa. Por operar em regime da ausência do objeto, o real é recriado como um significante portador de sentidos e significados a serem fabulados e que vão na direção dos interesses subjetivos e culturais do naturalista.

Desta forma, os cientistas criam oportunidades para que se estabeleça o germe onde esse significante, no caso a imagem do real, se constitua num profícuo campo simbólico, numa geografia idílica e idealizada. Um campo aberto a leituras interpretativas responsáveis pelos possíveis sentidos do que possa vir a ser o Outro retratado pelas imagens, pronto para se erigir em uma identidade cultural contextualizada pelo recorte da iconografia que se constitui uma verdade naturalizada sobre esse Outro território exótico. Identidade essa, sempre pronta a se atualizar em função das hegemonias sucessivas que a reciclam, no desenrolar dos períodos históricos, em função dos interesses dominantes e das correlações de forças políticas inerentes aos respectivos contextos culturais, que muitas vezes continuam vigorando até os dias de hoje, como acontece no caso brasileiro.

Com efeito, considerando as premissas do método de Humboldt - adotadas efetivamente pelos viajantes que aqui chegaram, principalmente no século XIX - fica patente como o funcionamento psíquico do viajante europeu sob o prisma do *olhar* exótico se transforma em dispositivo de assimilação cultural do Estranho (Freud), no processo de colonização do Novo Mundo. Quero dizer que tudo o que o cientista divisa desse mundo estrangeiro e que pertence a um Outro ameaçador, pode ser reconhecido e identificado para fins do conhecimento científico através da imagem. Esta, por sua vez, em seu conjunto, acaba se configurando num repertório com uma determinada especificidade: numa iconografia destinada, em princípio, a domesticar o Estranho, começando por distanciar ou mesmo excluir sua estranheza, através da estetização numa composição paisagística tratada como exótica, espetacular.

Com efeito, a meu ver, a imagem no método científico de Humboldt é o instrumento primordial e principal na apreensão e comunicação do real, entendido como mundo visível e generalizado como totalidade na paisagem, particularmente materializada como iconografia - aqui tomada como representação da natureza visível de um universo ainda desconhecido e exótico, o Novo Mundo - e o caminho para sua compreensão como totalidade cósmica. Para Humboldt o olho é, por excelência, o órgão de intuição do universo, “quando o define como responsável pelo domínio da matéria”, segundo nos diz Ricota (2000). O olho, por ser capaz de captar o fenômeno da luz, dá a indicação da existência da matéria e, como tal, anuncia a aparição de algo que se apresenta como imagem, conforme desenvolveu Humboldt em seus estudos.

Pratt afirma que o projeto totalizante de Humboldt vive no texto, habita o texto, conquanto haja em suas colocações uma certa convergência com um dos aspectos da minha hipótese neste trabalho, no meu ponto de vista, ele dá preferência à imagem iconografada. O modo de Humboldt registrar ou ocultar esteticamente a existência desse Outro humano nas terras da América do Sul (também presente em sua iconografia, [fig.27, 28] assim como na dos seus seguidores, naturalistas viajantes), segundo Pratt, é “orquestrado pela mente e alma infinitamente expandidas do locutor”:

“(...) o que é partilhado com o relato de viagem científico, no entanto, é a estripação do humano. A descrição acima apresenta uma paisagem preñhe de fantasias sociais (...) todas elas projetadas sobre um mundo não humano. Traços de história humana são lá encontrados: os cavalos e os bois chegaram através de uma força não menos oculta que os espanhóis invasores. A única pessoa mencionada nestes ‘melancólicos e sagrada ermos’ é o próprio viajante europeu, hipotético e invisível.”

Com efeito, deste ponto de vista inumano, três foram os ícones em particular que se combinaram para configurar uma representação metonímica padrão da América do Sul, canonizados pela obra *Imagens da natureza* (obra revisada e rescrita pelo autor com o novo título de *Imagens das Cordilheiras entre 1810 e 1850*) de Humboldt: as florestas

tropicais superabundantes (o Amazonas e o Orenoco), as montanhas de picos nevados e as vastas planícies interiores. (Belluzzo, 1999: 219)

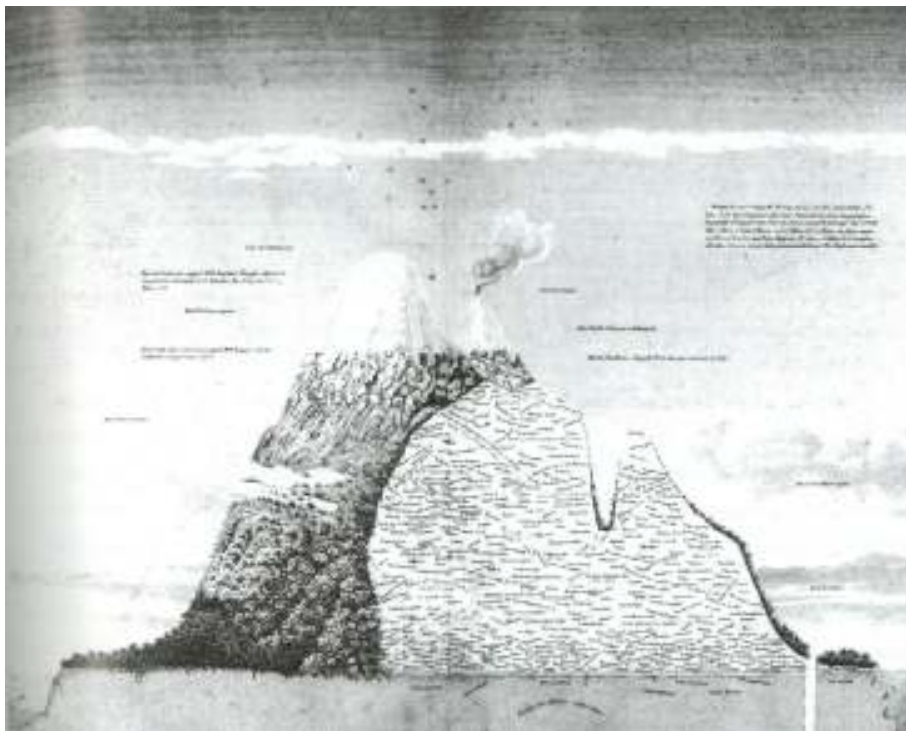


Fig.27: Naturgemälde der Tropenländer, Alexandre van Humboldt. (Belluzzo, 1999: 23)



Fig.28: Chimborazo visto do platô Tapia, Alexandre van Humboldt, 1810. (Martins, 1999: 14)

Como já mencionei, concordo neste aspecto com Pratt. Essa invenção reducionista da América do Sul como pura natureza, desprovida do humano, da história e da cultura, sob a ótica do *olhar paisagístico* de Humboldt, só foi possível de ser codificada no imaginário europeu, por conta de uma ideologia que já era vigente desde os séculos XVI e XVII, quando os europeus “inventaram” esta América, originalmente para si mesmos, com os mesmos objetivos, por ser um território desprovido de humanidade, aberto ao desbravamento e à exploração:

Ainda que profundamente alicerçado nas construções setecentistas de natureza e homem, o indivíduo observador de Humboldt é também uma cópia exata e autoconsciente dos primeiros europeus da América, Colombo, Vespúcio, Raleigh e outros. Eles também descreveram a América como um mundo primitivo de natureza, um espaço devoluto e atemporal ocupado por plantas e criaturas (algumas delas humanas), mas não organizado em sociedades e economias, um mundo cuja única história era aquela preste a se iniciar. Seus escritos também retrataram a América em meio a um discurso de acúmulo, abundância e inocência. “A rapsódica invocação por Humboldt de um mundo primal florescente ecoa escritos semelhantes à famosa carta de Colombo aos monarcas espanhóis em 1493.” (Belluzzo, 1999: 219)

Reiterando esse ponto de vista, coincidente com o de Pratt, volto a mencionar a título de ilustração do que foi acima citado, que o mesmo diria sobre a forma como os portugueses retratavam o Brasil, cujos termos mais conhecidos e de domínio público, estão na carta de Pero Vaz de Caminha ao rei D. Manoel, datado da década de 1500: o Brasil “é uma terra em que nela se plantando, tudo dá”.

Com efeito, prosseguindo nessa mesma linha de pensamento, meu trabalho mostra que o mesmo processo de estetização exótica usada pelos primeiros colonizadores para representar imagetivamente o índio, espetacularizava-o visualmente através da iconografia

de caráter pitoresco, fundindo-o com todo o seu entorno selvagem paisagístico, que englobava a totalidade natural: visão que mostra o conjunto da realidade americana como pura natureza em ação. Isto, de forma semelhante àquela que foi pensada e representada por Humboldt, ainda no início de suas viagens à América do Sul, comentados por Pratt (1999) como sendo “uma reinvenção da América”, ainda se faz presente nos dias de hoje, dada sua força de ação no imaginário dos artistas e produtores culturais ao longo da história do Brasil.

Como comprovação da emergência contínua e efetiva da atualização dessa mesma visão, espetacularmente *exótica*, do conjunto das representações da realidade brasileira produzidas pelo *olhar paisagístico*, é facilmente verificável na produção midiática dos modernos aparatos culturais, como já foi citado no início do trabalho, quando me referi às vinhetas televisivas, anúncios e programas como “Expedições”, entre outros. Nessa produção atual o humano (o nativo, natural da terra, ou mesmo o não europeu) é considerado somente como parte integrante da natureza pura, inculta, humboldtdiana, para a América do Sul e seus seguidores viajantes do século XIX.

Como complementação dessa análise, vale lembrar que, no contexto da chamada “alta cultura” dos anos de 1920, o país está em plena vigência da chamada “República Velha”. Por conta da estética revolucionária do movimento artístico e cultural chamado de modernismo, os artistas e escritores brasileiros, oriundos das elites e das classes médias ascendentes, dando seqüência à preocupação de busca de ícones da brasilidade remanescente desde os primórdios do nascimento da Nação, utilizam o *olhar paisagístico* trazido inicialmente pelos pintores holandeses de Maurício de Nassau, acima mencionados e, mais tarde, por artistas viajantes novecentistas a exemplo de Debret, como será mostrado em detalhes mais adiante.

3.1. A etnografia dos viajantes do século XIX: instrumento científico de ver o Brasil

No capítulo anterior destaquei o pioneirismo dos pintores de Nassau e a etnografia humboldtiana, na maneira de olhar e expressar o mundo visível, baseada no espelhamento da natureza. Esta forma de arte desloca a produção artística do estatuto do imaginário alegórico para o do “olho que pensa”. Isto porque os pintores viajantes do século XIX estão situados, segundo a história da arte ocidental, como seguidores do primado da razão iluminista e suas ciências naturalistas. Assim é que Debret, Ender, Taunay e tantos outros que visitaram o Brasil a serviço de missões culturais se incluem na confluência que reúne arte e ciência.

É esta maneira de ver o mundo que vai orientar e organizar a produção da verdade segundo a ótica eurocentrista (Amin, 1989). Suas conseqüências são decisivas para a “produção” da imagem de um Brasil, como sendo uma composição paisagística configurada sobre o *olhar* exótico - carregada de valores culturais provenientes da cultura européia - que vem a se tornar hegemônico e, por conseguinte, se constituir como memória afetiva e poderoso dispositivo simbólico para construção da identidade nacional.

Bandeira, em seu ensaio “Debret e a corte no Brasil”, incluído no catálogo da exposição *O Brasil Redescoberto*, realizada no Paço Imperial por ocasião dos 500 anos de Brasil, situa o início deste processo político com o relato:

“o reino do Brasil, que ganharia a vida com um sopro de Talleyrand [ministro das relações exteriores da França] ao conde de Palmela [seu colega português], em Viena [1815], receberia os franceses para edificar uma magnificência própria das cortes européias, sendo outorgado ao Príncipe Regente o título de *O Único Monarca do Sul*. Isso confirmava a impressão que dera a D. João ao partir para o

Brasil: tinha ido criar um novo império. Vicejaria no além-mar a velha monarquia européia dos Braganças.” (1999: 56)

Percebe-se no texto de Bandeira - ao se referir à missão cultural dos franceses para a edificação de uma corte européia nos trópicos, outorgada pelo próprio Príncipe Regente D. João - o caráter de importância que as chamadas Missões Artísticas e as futuras expedições passam a ter no contexto histórico que vai culminar com a Independência do Brasil em 1822.

Estas missões e expedições, científicas e culturais, eram compostas de cientistas naturalistas e artistas ilustradores, não raro estarem as duas funções a cargo de uma mesma pessoa. Dentre os diversos saberes no âmbito da ciência naturalista, os integrantes das missões eram versados basicamente em biologia, geografia, história e botânica, além de possuírem também conhecimentos artísticos, sobretudo habilidade e adestramento em desenho e pintura.

Conforme já foi apresentado no capítulo 2, a base da ciência naturalista provém, historicamente, da biogeografia, ciência romântica por excelência, criada na passagem do século XVIII para o XIX pelo explorador alemão, cientista e fito-geógrafo Alexander von Humboldt (1769-1859). Para este estudioso das plantas e dos animais, os seres vivos (incluindo o ser humano) só podem ser compreendidos se relacionados com os lugares onde habitam e com os outros seres com os quais convivem. Isso configura um *habitat* natural, singular, que se diferencia dos demais, que ele qualifica e denomina como *fisionomias particulares da paisagem*.

A ênfase de Humboldt na paisagem, como *fisionomia particular*, é o dado por excelência para que esta venha a se tornar um signo indicativo de identificação e, a partir daí, fazer parte da construção da identidade daquele lugar, através de um repertório de representações, dentre elas a iconográfica, em especial a pictórica. Isto é muito bem explicado por Andes em seu ensaio intitulado “Os artistas viajantes, a paisagem e representação do Brasil”, publicado no já citado catálogo da exposição *O Brasil Redescoberto*:

“segundo Alexander von Humboldt, o maior cientista e explorador europeu, as obras brasileiras de Johann Moritz Rugendas viriam a fornecer o modelo para *uma nova fase da pintura de paisagem*. Na virada do século XIX, esse gênero de pintura estava em situação de tornar-se o principal modo de expressão moderna, tanto no Novo como no Velho Mundo. Sua crescente proeminência pode ser atribuída a dois fatos principais: o surgimento da nação-estado, e conseqüente procura por uma identidade cultural, e a mudança de atitudes para com a natureza e a história natural. As maneiras através das quais a paisagem era representada, envolvida como estava nessas questões políticas e científicas, viraram objetos de debate acirrado na última metade do século XVIII e na primeira metade do século XIX.” (1999: 15)

Como venho mencionando, a concepção da paisagem como obra-gênero de pintura, emerge do período renascentista na condição de representação visual de um cenário, olhado e tratado plasticamente pelo pintor, de forma a mostrá-lo em seus aspectos estéticos. Através da história da arte, esse gênero passa a ser utilizado primeiramente como “pintura histórica”, a qual se mantém vinculada à alegoria na sua abordagem temática, para ir se convertendo cada vez mais em instrumento da emergente ciência naturalista do século XVIII. Nessa condição ela é pensada como o instrumento fundador do processo de desenvolvimento da biogeografia de Humboldt. Como já explicitado, para este pensador, o mundo visível só é possível de ser olhado, percebido, registrado e conhecido cientificamente através da sensibilidade artística do pintor-desenhista, aliada à racionalidade do cientista. Inicialmente, pela captação sensível das coisas do mundo visível, da natureza que aparece, em grandes e pequenas impressões, no registro iconográfico feito pelo “olhar distanciado” do artista-cientista viajante. Seguindo suas concepções, fica patente que gosto, sensibilidade e capacidade de observação se integram na construção do conhecimento.

Partindo deste pressuposto, que se assenta na idéia de haver em cada lugar uma singularidade que emerge da particularidade de suas fisionomias da paisagem, tudo aquilo que interessou aos viajantes que estiveram no Brasil, principalmente durante o século XIX, e que aparece registrado em seu vasto repertório de imagens - as quais são acompanhadas de legendas e textos científicos complementares - passou a ser identificado e classificado etnograficamente pelo *olhar* do europeu como sendo proveniente de uma *natureza*

“genuinamente brasileira”, comprovado à luz da ciência e, conseqüentemente, tomado culturalmente como verdade, inclusive pelos próprios brasileiros.

Em outras palavras, esta construção identitária do país - calcada no paisagismo e representada, metonimicamente, como imagem da própria natureza tropical e selvagem, que se ordena, na concepção de Humboldt como *fisionomias paisagísticas* - pode ser compreendida perfeitamente como um “olhar seminal”, exótico e fantasioso, ainda que travestido do cientificismo naturalista dos séculos XVIII e XIX. Isto é ainda mais reforçado por tantas outras visões que têm o mesmo modo de olhar humboldtiano e que atravessam os discursos, narrativas e iconografias produzidas pelos artistas e cientistas europeus, que aqui vieram depois da chegada da corte portuguesa.

Em síntese, o que passou a ser considerado como *real e verdadeiro*, na produção da *visão* do que seja o Brasil, tem seu surgimento *naturalizado* através do *olhar* dos viajantes e materializado na forma de imagens articuladas com textos narrativos. Assim, é correto dizer que a ação dos naturalistas, influenciados por Humboldt, foi decisiva no processo de visualização do país, como vemos em Kury e Romero Sá:

“(…) o olhar viajante que descobre o Brasil foi em grande parte incorporado pelos próprios brasileiros. Nosso imaginário é povoado por cenas da vida nos trópicos, herdadas das descrições dos cronistas, artistas e que visitaram nossas terras ao longo dos séculos. Os relatos escritos por estrangeiros que percorreram o Brasil foram as primeiras obras sistematizadas que forneceram uma visão de conjunto sobre o país. Até hoje a literatura de viagens constituiu um *corpus* documental essencial para aqueles que se dedicam ao estudo de nossa história.” (1999: 23).

Os mesmos autores, ao se referirem à influência de Humboldt na forma em que o Brasil foi representado visualmente pelos naturalistas, afirmam:

“o botânico Carl Philipp von Martius talvez seja o mais importante humboldtiano que visitou o Brasil. Além de produzir classificações precisas (...) esse naturalista descreveu com sensibilidade diversas *fisionomias vegetais* no Brasil. Em algumas regiões, são as palmeiras que fornecem o caráter dominante das paisagens, em outras, as bananeiras ou árvores frondosas.” (Kury, 1999: 30).

Segundo ainda Kury e Romero Sá, von Martius configurou o território brasileiro a partir de uma delimitação que incluiu o mar e dois grandes rios: ao norte, o Amazonas e ao sul, o Rio da Prata, o que indica uma forma de olhar o território de maneira mais dinâmica do que a visão planificada e esquemática dos cartógrafos. Este naturalista inaugura um modo de *olhar* o mundo visível, através da sua sensibilidade (utilizando-se da percepção das *fisionomias paisagísticas* originárias de Humboldt) e que são expressas por imagens feitas segundo os cânones da pintura paisagística de cunho naturalista, baseada na estética renascentista.

Com efeito, essa estética - que surge entre o final do século XV e o começo do século XVI e que coincide com a expansão comercial e marítima das potências européias, já citada e analisada no segundo capítulo, no que tange, sobretudo às invasões holandesas no Brasil, tomando como fonte Belluzzo (1997) - é um conceito que pode ser definido culturalmente na história européia como uma nova forma de “construção dos sentidos”. Esta noção foi cunhada pelos historiadores da arte para entender o processo que se instaura na arte européia e que pretende fazer com que os artistas dêem conta de representar o mundo visível segundo uma perspectiva de verossimilhança com o mesmo. Ou seja, representá-lo visualmente em imagens que passem a sensação de realidade do mundo percebido, segundo técnicas capazes de transportar o *olhar* do espectador e sua imaginação para o mundo virtual criado pelo artista (sua obra), fenômeno ao qual já me referi no capítulo 2, quando examinei os pintores de Nassau.

Esta crença, depositada na força da imagem que provém das técnicas renascentistas, agora manipuladas com destreza e segurança pelos artistas-cientistas europeus dos séculos XVIII e XIX, serve perfeitamente aos propósitos de dar a *ver* com eficiência esse encantamento (no sentido de que essas imagens passam uma realidade), que o viajante consegue perceber do mundo visível, até então inacessível ao grande público, sobretudo

europeu. Ou seja, aspectos da paisagem de mundos distantes como os do Novo Mundo, o continente americano e, no caso específico deste trabalho, das terras do Brasil.

É, portanto, sob a forma de figuras - representações visuais produzidas artesanalmente pelas hábeis mãos dos viajantes, segmentadas em inúmeras cenas compostas a partir do uso das tintas sobre papel ou sobre telas, combinadas com legendas e anotações em manuscrito - que o *continuum* do território brasileiro é fragmentado em porções de paisagem. Estas produções, segundo a concepção de Humboldt, se configuram em conjuntos de impressões, as quais, devidamente sistematizadas e classificadas, diferenciavam o território em suas particularidades naturais ou *fisionomias*, conforme sua denominação.

A antropomorfização da paisagem como um conjunto de *fisionomias visuais* - que em seu conjunto representacional (iconografia mais o texto), é capaz de descrever cientificamente um território desconhecido - passa a ser uma concepção metodológica tão forte na mentalidade da ciência novecentista, que o próprio von Martius, ao encontrar grande dificuldade em descrever as matas brasileiras com palavras, passou a dar preferência ao uso das imagens apoiadas por legendas. Essa fórmula de representação da paisagem, que articula texto e imagem, foi adotada em toda produção de von Martius e, como tal, passa a ser também o modelo de procedimento científico padrão para os demais viajantes.

Na seqüência de sua obra e com o intuito de registrar o Brasil, von Martius consegue a proeza de configurar o país como totalidade composta de diversas *fisionomias paisagísticas* à maneira de Humboldt. Ou seja, pode-se dizer que Martius enxerga o país como um conjunto de “rostos”, estabelecendo uma clara analogia entre natureza selvagem e sociedade humana. O que, sob a ótica do *olhar paisagístico*, é imediato concluir que a figura humana se inclui nas representações do território brasileiro como parte integrante e inerentemente natural da paisagem selvagem e inculta.

Nesse sentido, Kury aponta para uma ilustração que retrata um trecho da floresta tropical, onde von Martius narra uma cena de um índio caçando uma onça, como se vê na figura 29. Kury analisa:

“[...] esses elementos ajudam a compor a fisionomia dessa floresta amazônica, onde ocorrem as palmeiras descritas e onde a cena de caça poderia acontecer. Homens e natureza são estreitamente relacionados nas concepções científicas de Martius, assim como eram para Humboldt. [...]”



Fig.29: Índio caçando onça, von Martius, 1823-53. (*História Ciências Saúde, Manguinhos*, 2001: 876)

Do mesmo modo, Martius relaciona o “*caráter*” das populações ao ambiente onde vivem (2001: 867-868).

O comentário de Kury deixa entrever que a lógica que atravessa a percepção do naturalista viajante, constrói uma percepção de mundo, um modo de olhar esse mundo que não distingue o universo natural do universo humano, entendendo-os como plasmados como substâncias cuja essência seria a mesma.

Esse posicionamento dos naturalistas viajantes do século XIX diante do Novo Mundo, em especial do território brasileiro, abre espaço para uma primeira, porém importantíssima, conclusão, que diz respeito ao objeto desta tese: a paisagem entendida como totalidade do mundo visível, mesmo que recortada em fisionomias particulares - no modo de olhar de Humboldt e seus seguidores - é um significante no sentido de conectar automaticamente o conceito de natureza selvagem com natureza humana nativa, portanto não européia.

Isto posto, é perfeitamente plausível considerar, aqui neste contexto, a relação entre cultura e natureza como um conjunto harmoniosamente integrado e indissociado, onde o paisagista em seu modo de perceber e representar a *fisionomia* da paisagem natural no Novo Mundo, “humaniza” essa paisagem, ao mesmo tempo que “naturaliza” o ser humano.

Kury assim considera que o modelo humboldtiano teria orientado os viajantes a retratar os lugares segundo essas fisionomias particulares, integrando-as, paradoxalmente, ao cosmos. Para ele, a ciência dos viajantes humboldtianos como von Martius, Rugendas, Ender e outros que estiveram no Brasil, ainda no século XIX, mostra a precisão, a qualidade única das anotações e registros esboçados em campo, fruto da escolha do assunto. Registros únicos:

“sobretudo porque foram vividos e observados pelo próprio viajante, ao longo de suas andanças. Típicos, porque os fenômenos descritos ocorrem ali sob as mesmas circunstâncias. A fisionomia de um lugar depende da quantidade, da variedade e da sociabilidade das plantas e dos animais, assim como do tipo de relação que os habitantes locais estabeleceram com a natureza ao longo do tempo. É como se cada fisionomia contivesse uma parte da alma do Brasil.” (Kury, 2001: 870)

Kury considera, como “habitantes locais”, os índios, os mestiços, os negros, enfim, os tipos humanos considerados pelos viajantes diferentes no biotipo europeu. O caráter da ciência naturalista, no contexto do século XIX, era pensar a totalidade de cada lugar dentro de uma lógica de simpatias, harmonizadas em seu conjunto como *fisionomias da paisagem* que, supunha-se, regiam a vida cósmica. Ainda Kury afirma que Humboldt julgava que a sensibilidade individual apenas seria importante no propósito de dotar alguns indivíduos da capacidade de perceber as forças que atuam na natureza e de transmiti-las como experiências vividas, sem, no entanto, deixar de serem vinculadas ao fazer científico. Isto quer dizer, submeter essas experiências a um cunho epistemológico que passaria pelo crivo da razão e que teria a capacidade de discriminar e sistematizar essas impressões sensíveis.

O método da ciência naturalista já teria sido empregado ainda no período da colônia no século XVIII, entre 1783 e 1792, quando o naturalista português Alexandre Rodrigues Ferreira, veio ao território brasileiro para estudos. Sua viagem que foi chamada, então, de filosófica e se realizou anteriormente àquelas dos viajantes humboldtianos novecentistas. Assim, Raminelli descreve:

“nas expedições científicas, antes do advento da fotografia, os desenhos constituíam fonte valiosa de informações para os naturalistas, texturas, cores e formas anatômicas internas e externas das espécies eram preservadas graficamente, enquanto o material desidratado ou guardado em álcool era enviado em caixas aos gabinetes e herbários. Por intermédio das viagens, preservar-se-ia ainda tudo aquilo que não pudesse ser transportado: grandes animais, árvores, rochas, grutas e paisagens. A história natural, portanto dependia dos diários, remessas e desenhos produzidos nas áreas de investigação. O viajante era treinado para compor esse material e preservar a qualidade dos indícios colhidos ao longo da jornada.” (2001: 970)

Outra observação sobre o método utilizado nas expedições é de Rudnick (1976: 150-151), citado ainda por Raminelli:

“*in loco*, os artistas compunham desenhos aquarelados e a nanquim destinados a representar aspectos geográficos e etnográficos, sem descuidar das plantas e dos animais. Os desenhos comporiam, mais tarde, gravuras que ilustrariam a *História natural das colônias*, obra idealizada por Vandelli, que não veio a público. Havia, no entanto, interesse das autoridades portuguesas na publicação das estampas, pois se preservaram tanto os desenhos duplicados quanto as chapas de metal para

reproduzi-los. A técnica de reproduzir imagens remonta ao século XV, período da invenção da imprensa e inovação das artes gráficas. Mais tarde elas tiveram a maior importância para os naturalistas, que divulgaram suas descobertas por intermédio dos livros. Naquele momento, uma vasta gama de objetos, desde máquinas, plantas até paisagens, era reproduzida em xilogravuras, gravuras em cobre e metal. Por volta de 1800, uma nova transformação ocorreu nas artes gráficas, quando se tornou possível a impressão de aquarelas, gravuras em aço e litogravuras.” (Raminelli, 2001: 970).

Raminelli comenta os debates dos naturalistas, sobre as questões que envolviam a articulação entre imagem e texto na descrição considerada científica, no surgimento dessa ciência setecentista. É o caso de Buffon (1707-1788) que achava impossível definir uma espécie sem descrevê-la detalhadamente e por isso defendia a importância do uso simultâneo da imagem e do texto na mesma prancha.

Ou seja, o texto deveria se integrar esteticamente à imagem, como uma composição visual. Ao desenho caberia uma comunicação mais imediata do objeto, de suas “qualidades essenciais”, e ao texto, seus conteúdos mais abrangentes, complementando-se mutuamente. Para um resultado melhor, este último deveria ser curto, enfatizando aquilo que a imagem não podia expressar, como o movimento, o âmbito temporal e outras sensações não visuais. A esse tipo de conhecimento, obtido pela articulação imagem/texto, Buffon, segundo Raminelli, denominou de histórico.

As cisões que surgiram, na época, em torno desta questão são, assim, relatadas por Raminelli: de um lado aqueles que consideravam o conjunto imagem/texto como descrição/história e, de outro, aqueles que o viam como retrato/quadro, ou seja, um puro sistema de representação icônica da realidade.

Enquanto a descrição (entendida como desenho) se atinha aos aspectos estáticos, opondo-se à história (o texto), que estaria tratando do movimento daquilo que envolve o objeto estático, tal como os elementos meteorológicos, climáticos e relativos ao crescimento do mesmo, outro naturalista, Daubeton (1715-1800), defendia a descrição (visualidade do desenho), pois entendia que a prancha ao invés de retratar o visível, interpretava-o no sentido

de criar uma idéia do que era o objeto desenhado, o que, essencialmente contrariava a objetividade defendida por Lineu (1707-1783).

Diante desse impasse epistemológico, entre o melhor emprego e definição do desenho e sua articulação com o texto, a opção dos naturalistas setecentistas foi a de seguir por um “objeto intermediário”, segundo Kury. Para se obter o conhecimento científico, o alvo de interesse não seria mais a especificidade de um indivíduo ou de uma planta retratada, mas o exemplar de cada espécie a partir da identificação do protótipo, do gênero, da espécie, enfim, do grupo, do coletivo. Esse exemplar funcionaria cientificamente como protótipo registrado da realidade, impedindo-o de ser confundido com a mesma, na medida em que sintetizaria características de um grupo. Assim também com os taxonomistas; na passagem do século XVIII para o XIX, eles resolveram o problema da objetividade científica, levantada por seus antecessores setecentistas, através da generalização retratada no protótipo.

Isso certamente abriu o caminho para a macrovisão cósmica da biogeografia de Humboldt, que se seguiu como desdobramento da ciência naturalista. Se no século XVIII o chamado “objeto intermediário”, segundo Raminelli, contornou o problema da objetividade requerida por Lineu, legitimando o método imagem/texto, a biogeografia de Humboldt expande esse olhar abrangente, estendendo-o para a paisagem, tentando compreendê-la cientificamente, dentro da mesma lógica da síntese, através do que ele entendeu por *fisionomias*.

Ou seja, surgida ao final do século XVIII, a lógica naturalista da biogeografia de Humboldt, antes de tudo, provém da crença renascentista de que é possível representar a natureza com a fidelidade de um espelho do *olhar*. Como consequência, especular a sensibilidade do artista-viajante diante de uma natureza em estado puro, selvagem e inculta, para fazer retratos de seus rostos, de modo que ele venha a construir e organizar o *olhar* para o exótico, percebido e compreendido dentro do contexto da ciência romântica do século XIX.

Nas pranchas produzidas, a natureza é apreendida pela sensibilidade do naturalista, desenhada, decodificada e sistematizada pelo texto descritivo na legenda da imagem e, em decorrência, vão dar a *ver* a paisagem brasileira como fisionomias paisagísticas que na realidade são *reinvenções* da realidade, no caso específico do território americano, segundo Pratt (1999).

Com efeito, o território brasileiro - como integrante da América - é retratado para o mundo sob a forma de álbuns etnográficos, ou seja, conjunto de imagens articuladas com textos descritivos que lhes servem como complemento, aparecendo assim reinventado, ou mesmo imaginado como um conjunto de *fisionomias paisagísticas* produzidas pelos viajantes oitocentistas, que aqui estiveram após a chegada de D. João VI, a partir de 1808. Sob a influência de Humboldt, essa produção deu o ensejo para que o território fosse fantasiado em função dessas imagens e descrições, onde o elemento humano aparece como parte estética dessa composição paisagística. O Brasil é assim identificado por essas fisionomias, o que proporciona ao espectador uma série de leituras, como *rostos* de um lugar.

Essa forma de representação do que é apreendido da natureza, pode ser entendida de duas maneiras: além de se constituir num poderoso instrumento simbólico de comunicação com o público para uma possível construção imaginária da identidade desse lugar, expressa as forças da natureza como uma totalidade integrada com o cosmos, sempre tentando passar para o espectador/leitor um efeito plástico naturalizador muito perto de um *amalgamento* ou uma *mimetização* estética entre os elementos que compõem a cena, a qual pode ser percebida visualmente em função da necessidade expressiva e conceitual do artista.

Essa abordagem humboldtiana da América segue uma lógica regida pelo sentido estético que melhor se ajusta visualmente à composição, ou seja, uma linha construtiva que obedece aos princípios plásticos que regem a boa composição pictórica, integra o homem com a natureza, numa espécie de plasma visual, ao mesmo tempo em que o naturaliza. Essa

operação simbólica posta em prática pelos viajantes reconstitui, num plano laico e científico, as fabulações religiosas de inspirações bíblicas sobre a existência do paraíso terreal que circulam no imaginário europeu, desde antes da Descoberta da América, como atestam Hollanda (2000), Greenblatt (1998) e Veríssimo (*O Globo*, 15 de dezembro de 2002), em sua crônica *El Dorado*: “Outro mito que o Brasil se encarregou de não deixar morrer é o de El Dorado, a fantasia da fortuna instantânea. El Dorado existe, e é aqui”.

Esses registros visuais, que servem como ilustração da percepção da paisagem pelo *olhar* do naturalista, em conjunto com os textos descritivos e a classificação segundo a taxionomia criada por Lineu (1707-1783), constituem a pesquisa do viajante. São registros que marcam um diferencial das pesquisas feitas em laboratórios, pelo fato de serem basicamente uma iconografia científica que pretende dar conta, através de desenhos e apoiada em textos, dos fenômenos observados ao vivo e *in loco* pelo cientista-artista, o mais fielmente possível.

A importância dessas imagens se confirma com o passar do tempo, em detrimento dos conteúdos dos textos, e terminam por se impor ao público leitor, indicando que a preferência desse pelas mesmas já vem desde o século XIX, quando foram publicados os álbuns com iconografias das viagens, na Europa. Isto faz pensar que o público leitor sempre tendeu a ver as imagens dos viajantes como “realidades fantásticas” e que, apesar de não serem em si realidades concretas, são tomadas como objetos mais palpáveis do que qualquer outra forma de registro, como é o caso dos textos das iconografias. Diria mais, essas imagens, quando editadas, tendem com o passar da história e do tempo histórico, a se tornar elas mesmas verdades concretas, universos visuais cujos conteúdos se encontram nas possibilidades lógicas internas, ou intrínsecas, da imagem, simplesmente, como puras obras de arte, cristalizando-se na emoção do espectador, supostamente no mesmo nível da vivência estética do primeiro viajante que aqui aportou ao observar os fenômenos diretamente, através de seu *olhar*.

3.2. Olhar paisagístico nas representações visuais das primeiras histórias oficiais no Brasil

Cabe aqui examinar uma sucessão de enunciados e representações visuais que se presentificam nas obras de arte e que construíram modelos historicamente convincentes (muitas vezes convenientes) da identidade brasileira, desde a chegada e transferência de D. João VI aos trópicos. Esses modelos, como venho afirmando, presentes originalmente na produção iconográfica, orientaram a formação de discursos totalizadores sobre nossa identidade que, até os dias de hoje, são parte da identidade cultural e do imaginário social brasileiro.

O cientificismo iluminista, como instrumento e método civilizatório eurocentrado, como já mencionei, foi o meio escolhido por D. João IV para consolidar seu reino recém-inaugurado na terra do Novo Mundo sul-americano. A ex-colônia carecia de ser reconhecida e valorizada para a Europa, em seu novo *status* de capital do reino português de além-mar.

Como consequência, o monarca mandou trazer as missões culturais, simplesmente conhecidas como “Missões Artísticas”, para o Brasil com o objetivo de apresentá-lo ao mundo, da maneira mais moderna e convincente possível. Essas Missões eram compostas, basicamente, de naturalistas e ilustradores, versados em biologia, geografia, história e botânica, além de conhecimentos artísticos para desenho e pintura.

A partir da chegada das Missões no século XIX, a produção dos artistas e cientistas em forma de imagens ou relatos, passa a ser considerada - pelas elites políticas e culturais da época, tanto no Brasil como na Europa - como parte de um território, “autêntica e

genuinamente brasileiro”. Ou seja, todo esse primeiro “retrato geral do Brasil”, seja da ordem material ou da ordem simbólica, tem sua base nos trabalhos dos artistas-viajantes europeus. É de se concluir que todo esse aparato comunicacional tenha servido ao propósito de estar presente na construção da identidade cultural brasileira. Conseqüentemente, esta última incorpora esses discursos destilados e filtrados através da subjetividade das ilustrações produzidas pelos artistas e pintores das Missões.

É importante frisar, ainda, o quanto essas impressões dos naturalistas-viajantes estavam impregnadas das convenções ético-estéticas neoclássicas e românticas, vigentes na cultura européia do início do século XIX. Isso posto, é de se considerar que o Brasil assumia que sua natureza é *exótica* e selvagem, assim como seria a maioria de seus habitantes índios e negros, de acordo com os valores da civilização européia. Tal cenário passa por uma classificação substancializadora dos naturalistas, que vai tender a enunciar esses conjuntos de seres como partes da mesma essência naturalista, uma espécie de ecossistema à maneira de Humboldt.

A Academia Imperial de Belas Artes é fundada em 1816, com a chegada de Le Breton, chefe da primeira Missão Francesa, que aqui aporta justamente para montagem desta instituição aos moldes da *Academie des Beaux Arts de France*. Ela traz ao Brasil um outro aspecto que se tornará parte importante de sua identidade cultural, a “importação” de posturas e valores da civilização européia, na época caracterizada pelo pensamento neoclássico. A Academia, sediada no Rio de Janeiro, foi parte de um projeto da Corte Portuguesa para legitimar através das belas artes o que o território brasileiro tinha de atraente aos olhos europeus, o que lhe faltava em natureza pura e inexaurível.

Com isto, o barroco de cunho religioso criado e desenvolvido no Brasil, por artistas brasileiros aqui formados, foi imediatamente marginalizado do cenário cultural. Vale lembrar que o barroco brasileiro, hoje reconhecido como um patrimônio da humanidade, já era

bastante assimilado e popularizado no Brasil, nos três séculos pós-descobrimento das novas terras, quando os jesuítas necessitados de construir templos religiosos que servissem de base para o trabalho de catequese dos índios, negros, mestiços, mulatos e caboclos, implantam esse estilo pelo país, primeiramente na arquitetura, depois se expandido para outros aspectos da vida cotidiana e das artes.

No bojo desse projeto de cunho modernizador eurocentrista, surge o Instituto Histórico e Geográfico em 1839, composto por intelectuais e aristocratas rurais ligados à coroa portuguesa. Seguiu o perfil do *Institute Historique Français* e seu objetivo primordial era imprimir no discurso oficial, o plano civilizatório do Brasil Imperial. Um exemplo é o ensaio do naturalista von Martius, vencedor do concurso sobre “Como se deve escrever a História do Brasil”, em 1845, citado por Piccoli em seu ensaio, “As três raças do Brasil”:

“qualquer um que se encarregar de escrever a História do Brazil, paiz que tanto promete, jamais poderá perder de vista os elementos que ahí concorrerão para o desenvolvimento do homem. São, porém estes elementos de natureza muito diversa, tendo para a formação do homem convergido de um modo particular a três raças, a saber: a de cor de cobre ou americana, a branca ou caucasiana, e, enfim, a preta ou ethiopica. Do encontro, da mescla, das relações mútuas e mudanças dessas raças, formou-se a atual população, cuja história, por isso mesmo, tem um cunho muito particular.” (Piccoli, 1999: 38)

Calcado nesse idealismo muito pessoal, reflexo de um olhar tipicamente pictórico-paisagista para uma paleta que abrange todo o espectro cromático que vai do branco ao preto, von Martius compõe esteticamente uma fabulosa e esquemática paisagem romântica para o Brasil, com três etnias, esquecendo-se totalmente da multiplicidade de aspectos culturais e sócio-econômicos de que a população brasileira já se compunha, na época. “Instituíra dessa forma, o que John Monteiro chamou de a ‘pedra fundamental da fábula das três raças’.” (Monteiro, 1999: 38).

Segundo Piccoli, Von Martius enuncia seu veredicto sobre o futuro dessa mistura: uma convivência harmoniosa das três raças. Ao negro restava a desconfortável posição de ser o elemento que alteraria os destino do país; ao índio bastava restituir-lhe a dignidade de um

passado heróico; ao branco, por fim, cabia conduzir todos a um estado de civilização. Por fim, ele conclui:

“o sangue português é um poderoso rio que deverá absorver os pequenos confluente das raças índia e etiópica para que cumpra a atividade histórica para a qual o Império do Brasil é chamado.” (Piccoli, 1999: 38)

No entanto, as afirmações constantes no discurso de von Martius já se encontravam na versão histórica do pintor e desenhista francês Jean Baptiste Debret, que escreveu sobre o Brasil antes dele. A obra *Voyage Pittoresque au Brésil*, publicada em Paris entre 1834 e 1839, é dedicada e oferecida pelo autor aos membros da *Academie des Beaux Arts de France*, aos quais apresenta o livro como os primeiros resultados da “expedição pitoresca, totalmente francesa”. Debret afirma logo na apresentação da edição que “Nada parece mais justo que esta homenagem: ao benfeitor pertence o primeiro fruto do benefício”. E a razão pela qual ele considerada a Academie como benfeitora é por “expandir as belas artes em outro hemisfério” (Debret, 1940: 3), mesmo sendo uma aventura perigosa. Isto é afirmado na introdução, quando o autor assegura estar consciente dos riscos e sacrifícios que poderiam, ele e seus compatriotas, sofrer, mas sem temer “os azares [...] de uma longa navegação”, eles foram “estudar uma natureza inédita e imprimir nesse mundo novo, as marcas profundas e úteis, espero-o, da presença de artistas franceses.” (Debret, 1940: 5)

Debret construiu, neste livro, uma verdadeira e autêntica historiografia original sobre o Brasil, com uma bela introdução na qual compara a selvageria do índio com a distinção européia, concluindo:

“em resumo, tudo o que o espírito humano concebeu como idéias filosóficas elevadas, admiráveis ou mesmo estranhas, encontra-se, em princípio e em germe, no índio selvagem, com sua aplicação determinada apenas pelos impulsos do instinto ou da inspiração. É, em uma palavra, o homem da natureza, com seus meios intelectuais primitivos, que eu quero mostrar em face do homem da civilização, armado com todos os recursos da ciência.” (Debret, 1940: 13)

A iconografia sobre a natureza brasileira, seu propósito inicial, foi suplementada por textos que descrevem com fidelidade o caráter e os hábitos dos brasileiros em geral. O

material colhido em sua viagem foi organizado numa lógica progressiva e evolucionista, numa espécie de protodarwinismo, dividindo sua obra em três volumes: a vida selvagem do indígena brasileiro, o universo dos negros escravos e, por último, a história política brasileira, a religião, educação e monarquia, tudo isso sob a forma de crônica do cotidiano. Debret quis deixar implícito, nesse ordenamento, a inexorabilidade da missão civilizatória do branco europeu, em especial o francês, com relação ao resto da humanidade. Portanto, em sua visão, o índio, “no que pese seu aspecto repugnante”, anseia pela civilização. Os negros, no entanto, não passam de grandes crianças indolentes.

Com relação à escravidão, Debret vai além da tolerância. Chega mesmo a elogiar a forma humana com que o escravo é tratado no Brasil. Na conclusão de seu tratado etnográfico, ele parte para uma classificação geral da população brasileira pelo seu grau de civilização, que vai do português da Europa, legítimo filho do reino, até o “curiboca”, mestiço de negro com índio, estágio racial mais degradado. O livro de Debret e sua expedição tiveram um propósito claro: trazer a civilização para o território brasileiro, ao mesmo tempo em que introduzia o pitoresco-exótico aos olhos dos europeus.

Outro historiador do Império, segundo Piccoli (1999), que herdou a herança do Instituto Histórico e Geográfico do Brasil, foi Francisco Adolfo Varnhagem (1816-1878). Seus escritos defendem que a ventura colonial portuguesa é um feito enorme, coroado de sucesso, que abriu grandes perspectivas para a jovem nação. Sua obra veio a favor das necessidades de afirmação do Império, que precisava de um discurso positivo para se consolidar como país e ser respeitado aos olhos da Europa.

Varnhagem considerava o poder imperial como condição para a unidade nacional de um país com enorme variedade de regiões, usos e costumes. Para ele o povo brasileiro era uma “mescla de raças”, liderada pela aristocracia branca e destinada a dar continuidade a obra civilizatória portuguesa. Como von Martius e Debret, Varnhagem escrutina a vida indígena,

descrevendo os grupos, classificando-os segundo suas línguas e suas formas de vida (usos, costumes, religião, organização social, etc.) para reafirmar sua condição miserável e cruel, sua insensibilidade para concorrer na melhoria da humanidade.

Ele é o primeiro historiador a enunciar a “descoberta” do Brasil como “feliz acaso” e a justificar as capitanias hereditárias e a escravidão como “naturais e necessárias”, deplorando, no entanto, a vida degradada dos colonos e suas mazelas na convivência com os índios.

Pode-se depreender do enunciado por Piccoli, que tanto Von Martius, Debret ou Varnhagem organizaram suas histórias do Brasil a partir de alguns paradigmas semelhantes: civilização ocidental iluminista, humanismo e progresso, todos fundados sob a égide da razão crítica. Quero dizer que, para esses e outros pensadores do Brasil, todo tipo de diferença passou a ser julgada, analisada e classificada a partir de um eixo de coordenadas ortogonais fixas, assentado no que convencionamos chamar de Razão em si mesma, proveniente da filosofia de Kant e de Descartes e que tem como ponto de partida o eurocentrismo.

Juntamente com as primeiras narrativas historiográficas e etnográficas desse período, foi criada a primeira bandeira do Brasil. Segundo Bandeira (1999), ela saiu do lápis e da aquarela de Debret com a colaboração de José Bonifácio de Andrada e Silva, em 1822. Tomando como base estrutural um losango amarelo, que (segundo o historiador afirma ser uma referência à Casa de Áustria, os Habsburgos-Lorena) simbolizaria a união dinástica da corte portuguesa como Sacro Império Romano, há o contorno pelo verde trazido da Casa de Bragança e ao centro dispostos os símbolos da realeza de Portugal: a cruz de malta gamada, a esfera armilar e a coroa, aureolados por porções da natureza brasileira, representadas por ramos de café e tabaco. [fig.30]

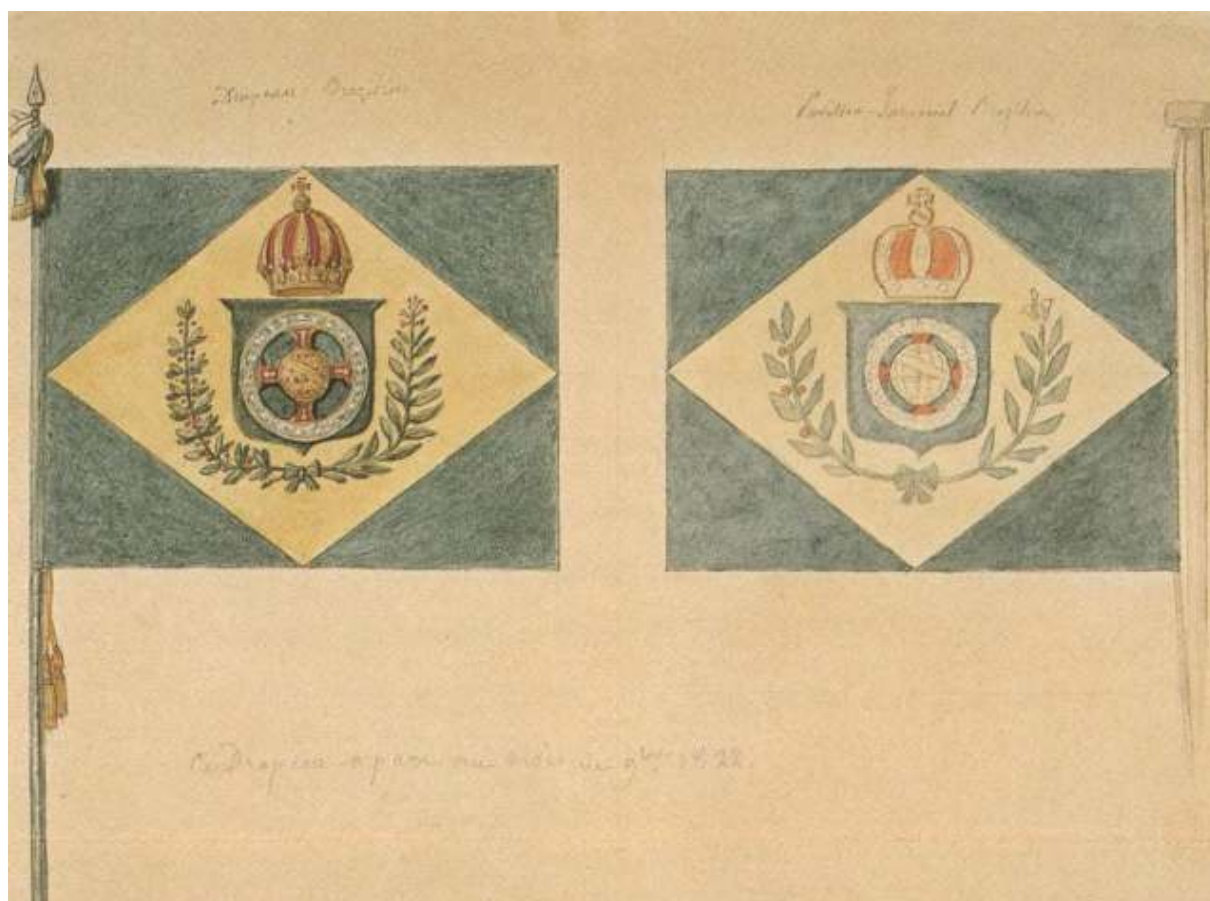


Fig.30: Bandeira Brasileira e Pavilhão Imperial, Jean-Baptiste Debret, 1822. (Martins, 1999: 64)

Tão forte foi o apelo dessa bandeira como imagem na memória dos brasileiros, que a República, depois de muita polêmica e controvérsia, resolveu adotá-la, pelo menos em parte, trocando apenas o símbolo imperial pelo lábaro estrelado e inserindo o lema do positivismo-científico “ordem” e “progresso”, base do pensamento republicano. Assim, a bandeira nacional tem como significação principal a natureza, sua riqueza principal: o verde simbolizando as matas, o amarelo, o ouro, e o azul estrelado, o céu brasileiro.

Com o surgimento do Império e, logo a seguir nascimento da República emerge a necessidade de marcar uma diferença na identidade cultural do brasileiro, no que diz respeito ao seu biotipo. Assim, do ponto de vista étnico-racial, a República brasileira substituiu a fábula das três raças pela do país mestiço, que encontrou enorme aceitação, tanto pelas elites políticas, como pelos meios intelectuais, com grande repercussão no imaginário popular.

A República se preocupou em afirmar o novo regime, suscitando as atenções dos intelectuais, de acordo com Reis em *As Identidades do Brasil* (1999). Foi nesse período que aparecem as teorias da miscigenação para tomar o lugar dos enunciados racistas do Reinado e do final do Império, entre as quais a exaltação do mestiço, do branco com a índia, chamado de mameluco ou caboclo, suscitou em historiadores explicações sobre o “verdadeiro Brasil”, no dizer de Silvio Romero. Paralelamente, Tobias Barreto, segundo Reis, opunha-se ao “cientificismo” dominante, baseado em Comte, Darwin, Buckle e Spencer, que acreditavam que a sociedade humana poderia ser estudada com a mesma objetividade que se estuda a natureza. Nessa perspectiva, a história era vista como um mecanismo evolucionista auto-regulado por leis capazes de serem conhecidas por métodos objetivos. Barreto, segundo Reis acreditava que para o universo social humano, sempre restava algo que a mecânica racionalista não explicava: um pensamento originalmente culturalista do contexto brasileiro.

Na opinião de Reis, na confluência do pensamento de Silvio Romero e Tobias Barreto surge Capistrano de Abreu, com suas versões nacionalistas, precursoras da de Gilberto Freyre

e, posteriormente Sergio Buarque de Hollanda e Darcy Ribeiro. Ele será um pioneiro na tarefa de “redescobrir o Brasil”, valorizando tudo o que se supõe ser autóctone, ou seja, aquilo que é originalmente nascido em solo brasileiro. Abreu substitui o conceito de raça pelo de cultura e, nesse sentido, é precursor de Freyre e de Hollanda. Ele pensa um Brasil mais sertanejo que litorâneo, afirmando que, com isso, a história universal ganhava um novo personagem, o brasileiro. Valoriza ao extremo a cultura indígena e a partir daí toma o produto do cruzamento da índia com o branco, o chamado mameluco, como sendo a essência do homem brasileiro: o filho da “ninguendade”, como formulou posteriormente Ribeiro (1995) em seu livro *O povo brasileiro*: um sujeito social a cata do olhar do pai branco que ele não conheceu.

O mameluco, ao contrário do mulato (apesar de ambos serem denominações pejorativas) é para Capistrano de Abreu o homem sertanejo, o homem do interior do Brasil, como ele próprio foi. Por isso ele aposta em um país constituído a partir do sertão, tendo como principal personagem o “homem comum”, retratado por Dias Junior (1916): como um típico trabalhador rural, moreno, másculo, dotado de uma certa dose de nobre indolência e serena soberania. [fig.31]

Destaco uma obra exemplar do final do Império e passagem para a República, que ilustra as teorias nativistas baseadas na primazia do mameluco como símbolo da brasilidade. É *O Derrubador* de Almeida Junior, de 1875, [fig.32] onde se vê um homem jovem, dorso nu, descalço, recostado numa pedra à sombra. Ao fundo, à esquerda uma porção de mata, com algumas árvores recém-cortadas. Brevilíneo, barba rala, virilizado ao extremo pela exacerbação de partes eróticas de seu corpo robusto, suado e moreno, na mão direita um cigarro de palha, *O Derrubador* é apresentado pelo artista como um deus grego dos trópicos, apoiado em seu próprio ícone e adereço, o machado, extensão de seus braços e troco descomunal, como a floresta que cuida de botar abaixo. Nesse quadro, Almeida Júnior quer

dar a *ver* a pujança da natureza do homem brasileiro, cuja figura se encontra amalgamada à floresta tropical.



Fig.31: Cabeça de homem do povo, Dias Junior. (Aya/a, 19--: 131)



Fig.32: Derrubador brasileiro, Almeida Junior. (Aya/a, 19--: 133)

Assim como outra versão, muito popularizada, até os dias de hoje do mameluco do interior do Brasil é certamente a figura do matuto do centro sul do país, vulgarmente chamado de caipira ou jeca tatu. A figura 33 mostra uma pintura da autoria de José Ferraz de Almeida Júnior, datada de 1893, intitulada “Caipira picando fumo”. Aí a preocupação do artista é caracterizar a forma despreocupada e indolente da vida desse camponês, geralmente um posseiro ou meeiro das grandes propriedades rurais. Sua íntima relação com a terra é denotada pela forma em que os seus pés enormes são destacados como detalhe importante no quadro, como se da própria terra tivessem eles brotados.



Fig.33: Caipira picando fumo, José Ferraz de Almeida, 1893. (Campofiorito, 1983: 39)

Esse mesmo ícone considerado autóctone, ou seja, genuíno da brasilidade, vai aparecer na década de 1920, [fig.34] dentro dos cânones estéticos do modernismo de 1922 - muito influenciado pelas conquistas estéticas do cubismo baseadas na sintetização das formas - nas tintas de Vicente do Rego Monteiro, que apresenta um homem robusto e rotundo como os bonecos de barro do folclore nordestino, só que também fortemente erotizado, a sua cor da pele lembra a terra, tal como o “Caipira” de Almeida Júnior, fazendo menção da estreita ligação com o solo e o naturaliza como paisagem natural ao obedecer ao princípio do *olhar paisagístico* dos viajantes.



Fig.34: Cachimbando, Vicente do Rego Monteiro. (Ayala, 19--: 137)

O caipira ou o jeca tatu como ícone do interior do Brasil, vai aparecer reciclado nos contos de Monteiro Lobato dos anos de 1930, no cinema de Mazzaropi e nas mais importantes duplas caipiras como Jararaca e Ratinho ou Alvarenga e Ranchinho durante os anos de 1940 e 1950, mantendo algumas características estereotipadas como: a malícia matreira (humor picante e insidioso) que faz crítica às novidades urbanas e estrangeiras; musicalidade; constante estado de preguiça; além de alguns aspectos da indumentária como chapéus de palha, camisas quadriculadas, calças listradas, chinelos ou botas rústicas ou mesmo pés descalços. Ainda hoje alguns desses traços permeiam celebridades midiáticas e televisivas que surgem a partir dos anos de 1970, quando as duplas caipiras passaram a ser chamadas de duplas sertanejas destacando-se, primeiramente, nessa modalidade Chitãozinho e Xororó, sucesso na grande mídia televisiva lançado por Sílvio Santos, além do personagem humorístico Zeca da Capetinga, comediante do programa de Chico Anísio, “Escolinha do professor Raimundo” exibido semanalmente em horário nobre na TV Globo, por mais de uma década.

A partir dessa nova fonte de conceitos tendo Capistrano de Abreu como pioneiro, o mestiço é tomado como ícone da brasilidade, o mulato vai ser também entronizado como o futuro da raça brasileira através de Freyre em *Casa Grande e Senzala*, (1933) obra fundadora da antropologia social no Brasil, a partir dos anos trinta. O trabalho de Freyre é, de certa forma, uma espécie de reafirmação de alguns pontos de vista de Varnhagem, mas a maior divergência entre os dois é que Varnhagem demonstra uma aversão à presença do negro no Brasil. Para ele, o país seria muito melhor sem os escravos negros e que o índio teria servido muito bem para o trabalho servil, não tivesse sido a ação protetora dos jesuítas.

Freyre, ao contrário, considera a presença do negro e a mestiçagem uma herança de um glorioso passado colonial e um grande feito português, o que tornou possível a colonização nos trópicos. A apologia de Freyre à miscigenação faz do mulato um emblema

que será apropriado por artistas oriundos do movimento modernista de 1922, os quais aplicam em suas telas essas teses da miscigenação, fazendo das figuras do mulato e da mulata, uma síntese da identidade brasileira.

É importante acrescentar que o signo do mulato se encontra presente em períodos históricos anteriores e posteriores à obra de Freyre, nas mais diversas formas de expressão e eventos culturais, com ele presentificando a figura heróica do tradicional malandro. Ainda no Império, em 1881, Aluísio de Azevedo publica seu romance *O Mulato*, que trata de um indivíduo que vive do jogo, da exploração de mulheres prostitutas e de pequenas trapagens, evitando a todo custo o trabalho braçal do operário. Este personagem quase mítico também está presente na obra de Jorge Amado, Marques Rebelo, Lima Barreto, nas crônicas de João do Rio, de Luiz Edmundo, e foi retratado (assim como a mulata) freqüentemente pelos caricaturistas do início e meados de século XX, como J. Carlos, Kalixto, Raul Pederneiras, Seth, [fig.35] em jornais como O Malho, O Tico-Tico, O Cutelo, revista Fon- Fon e outras, mais recentemente por Lan no Jornal do Brasil e O Globo, assim como no teatro revista com a *Ópera do malandro* de autoria de Chico Buarque em 1979.

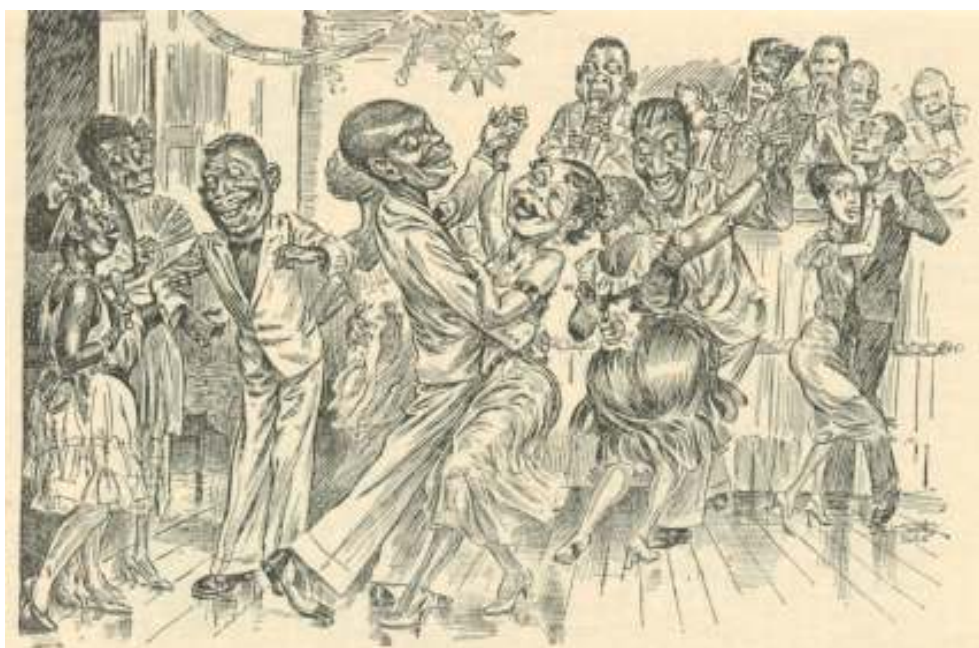


Fig.35: Um “choro” alegre, do livro *Exposição*, Seth. (Lima, 1963: 1339)

Mas é sobretudo a mulata que ganha a condição quase absoluta de símbolo da beleza nacional - uma beleza sensual, luxuriante e lasciva, que cultua o prazer da preguiça e do hedonismo -, a partir da segunda metade do século XX, quando entra no show *business* do samba para turistas, cujo precursor foi Carlos Machado.

Mais tarde a mulata é assumida pela televisão, que não cansa de apresentá-la, como fez todos os anos de eleições no clube Renascença, dando-lhe destaque como padrão de beleza nacional, esforço que foi premiado em 1964, quando Vera Lúcia Couto se tornou Miss Guanabara e Miss Brasil, título maior do país. A mulata também é rosto freqüente em novelas, nos shows humorísticos e de variedades, como o “Oba-Oba” de Sargentelli, até ter sido entronizada em um lugar permanente, com Valéria Valenssa, a “Globeleza”, criada em 1993, pelo *designer* austríaco Hans Donner para ser o símbolo do carnaval da TV Globo.

O mito do mulatismo, no entanto, é cultuado - como aparato simbólico auxiliar - na iconografia pioneira das elites, retratada pelos artistas plásticos, a partir das grandes estrelas do modernismo, como Tarsila do Amaral com seu *Abaporu*, datado de 1928. [fig.36] Nesta tela se vê uma figura mestiça de pernas descomunais, de forma a simbolizar a robustez sensual da mulata equivalente às forças naturais do sol e do cacto, que a complementam na paisagem.

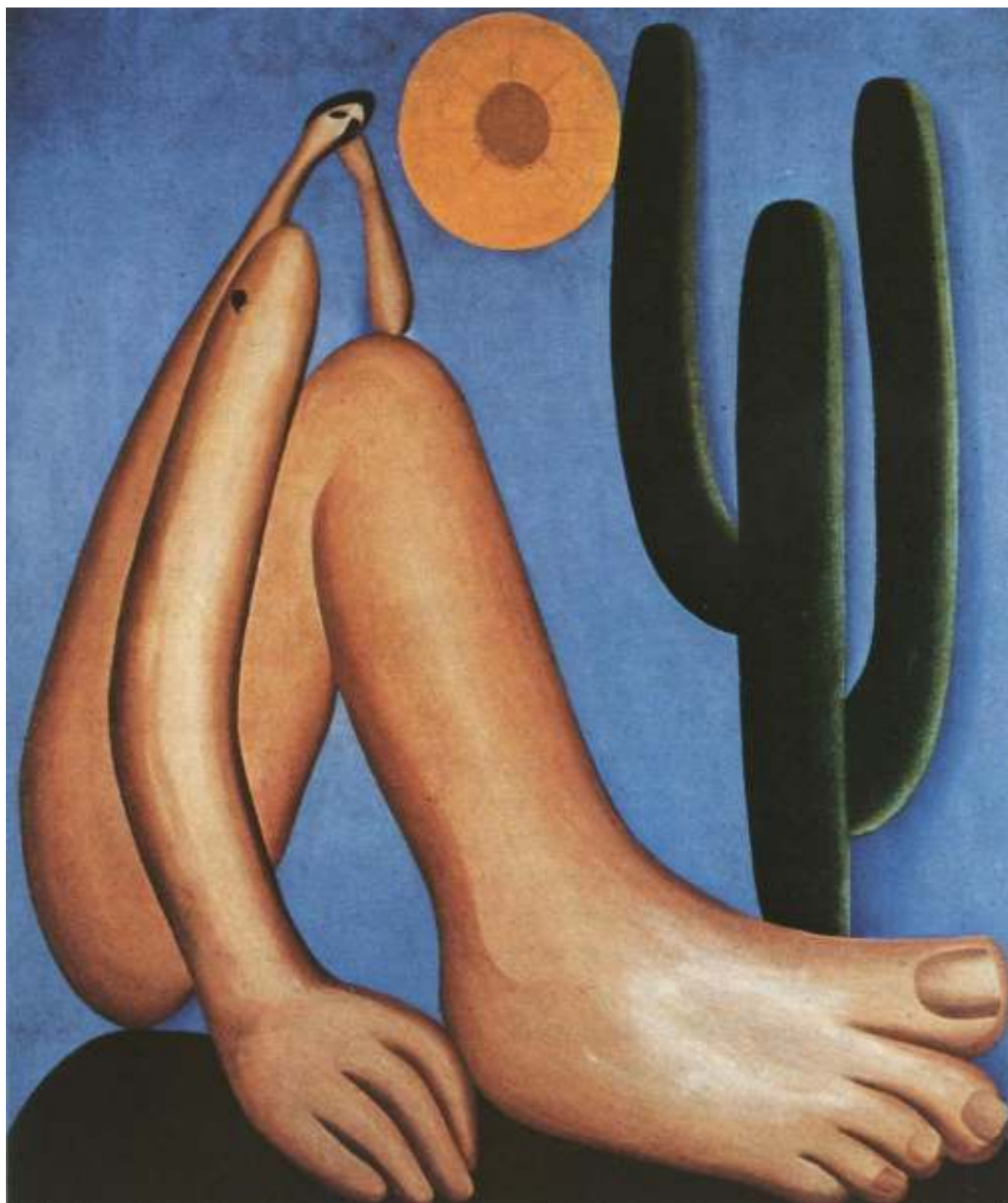


Fig.36: Abaporu, Tarsila do Amaral, 1928. (Zanini, 1983: 558)

Candido Portinari, no pseudo cubismo da série *Café*, em 1935 apresenta mulatos cor de terra nas plantações paulistas de café. Tal como o solo, são mitificados na sua exuberância física hipertrofiada pelo trabalho braçal. Emiliano Di Cavalcanti, em seu *Paisagem com mulatas*, datado de 1962 [fig.37] faz espelhar na natureza todos os atributos físicos das mulatas em uma enorme sucessão de retratos.

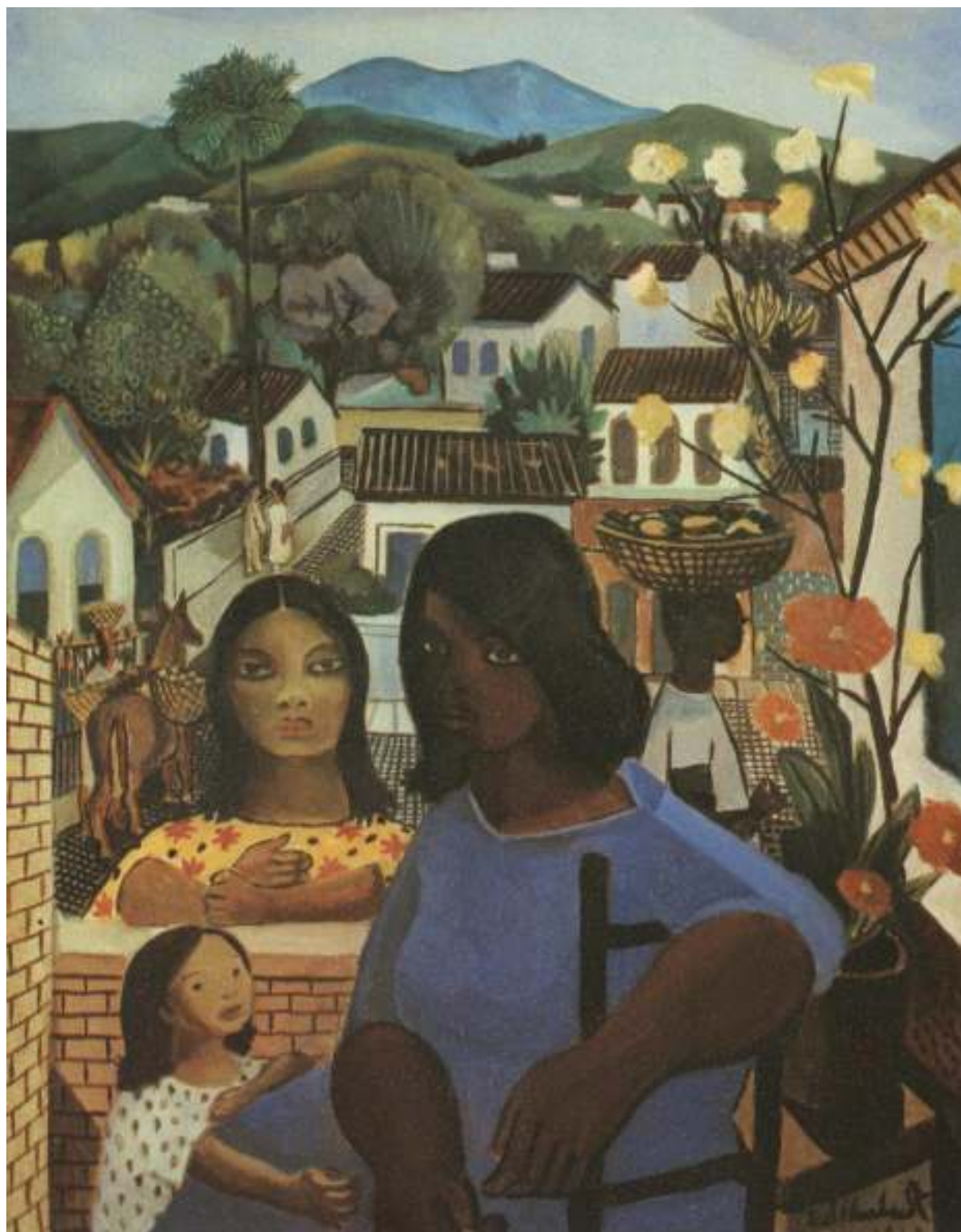


Fig.37: Petrópolis (paisagem com mulatas), Emiliano Di Cavalcanti, 1962. (Ayala, 19--: 129)

Mas, é certamente em Alberto da Veiga Guignard em sua *Família do fuzileiro naval*, datado de 1930, [fig.38] que o imaginário freyriano aparece com toda sua vitalidade e limpidez. Nesse quadro, o pintor define basicamente dois planos distintos: o do interior da casa e o exterior, do lado de fora da janela. No interior, uma família de mulatos posa idealizadamente à maneira dos senhores brancos, donos da terra. Ao centro a pequena bandeira do Brasil empunhada pelo menino e recortes da arquitetura da casa, delimitando os contornos com linhas retas, deixa transparecer uma identidade cultural decalcada. No fundo do quadro, no plano externo, uma janela, quase quadrada se abre para uma paisagem cenográfica, lírica, sensual, onírica e idealizada como uma espécie de paraíso celeste, cuja imanência se consagra decisiva e delicadamente ao abranger o arranjo quase geométrico do grupo familiar, cuja formalidade das poses e o engajamento das vestes pressupõe uma inserção social absolutamente ordenada.

Isso aparentemente acontece porque a natureza, artificialmente paradisíaca da paisagem verdeósea do fundo, contamina e organiza plasticamente os personagens, atribuindo-lhes um caráter meramente alegórico: simulacro de uma cidadania que se dá apenas no plano virtual, de um país que quanto mais se moderniza mais precisa de se manter no passado para que se mantenha fiel à sua cultura, à forma em que foi moldado pela colonização portuguesa.

O país apregoado por Freyre, mesmo incorporando em sua identidade aspectos da miscigenação cultural, representada em inúmeros aspectos, como sendo a terra do “mulato inzoneiro” - parte da letra de *Aquarela do Brasil*, samba de Ary Barroso, composto em 1939 e considerado por Vargas um símbolo do nacionalismo de seu governo - não conseguiu se estabelecer no presente e se paralisa na perspectiva do futuro. Apesar de trazer na letra do seu hino (1889) uma esperança - “em teu futuro espelha essa grandeza” - tornou-se o mito do *País do futuro*, do escritor Stefan Zweig (1941), porque é apresentado como uma nação em estado

de permanente tempo pretérito: o Brasil nunca poderá cortar suas raízes coloniais. Quanto mais futuro tiver, mais no passado deverá se manter.



Fig.38: Família do fuzileiro naval, Guignard, 1930. (Ayala, 19--: 51)

3.3. Olhar paisagístico atualizado para o cenário sociocultural brasileiro

Com o advento dos meios de reprodução tecnológicos mais modernos, juntamente com a *mass media*, os trabalhos dos artistas-viajantes europeus e artistas modernistas brasileiros, sobretudo as imagens, têm sido divulgadas, em escala cada vez maior, não só no Brasil, como pelo mundo afora. Com isso, vêm atingindo um público menos elitizado, com menor conhecimento histórico desse período da nossa formação cultural e que pouco, ou quase nada, sabe sobre a proveniência do caráter científico dessas imagens, as quais, por isso, passam a emergir isoladas de um contexto epistemológico.

Por isto, essas imagens reproduzidas em larga escala, acabam por ser “lidas” popularmente como histórias pertinentes à realidade atual do Brasil, perdendo suas origens. A isto Bhabha define como “narrativas da Nação”, as quais efetivam-se “(...) plenamente seus horizontes nos olhos da mente” (1999). Como consequência, as imagens de Debret têm sido “consumidas” como ícones vinculados à “origem da brasilidade”, ou “mitos de origem” que se cristalizam no imaginário coletivo como naturais, sem que seja feita, por quem as vê, uma leitura crítica das mesmas.

Nessa mesma condição emblemática de narrativas associadas culturalmente à brasilidade, muitas imagens produzidas pelos viajantes do século XIX continuam sendo cultuadas hoje, no século XXI, em manifestações variadas, que vão desde estampas para decoração de interiores, até formas publicitárias com fins diversos. São utilizadas, ainda, para enobrecer determinados eventos cuja finalidade é associar grupos sociais da elite atual às

tradições da vida aristocrática e cortesã dos tempos de D. João VI no Brasil. É o país amarrado ao seu passado.

A figura 39 serve de exemplo ao que acabo de mencionar. É uma fotografia, tirada por mim, de um curioso *outdoor* exposto na esquina da Rua Maria Angélica com Rua Jardim Botânico, zona sul do Rio de Janeiro. Este é um trajeto que leva a pontos turísticos do período do Primeiro Reinado e do Império, como o próprio Jardim Botânico ou o caminho do Horto Florestal, onde ficam a Vista Chinesa e o mirante conhecido como Mesa do Imperador.



Fig.39: Outdoor na esquina das ruas Maria Angélica e Jardim Botânico. (foto do autor, 2005)

O *outdoor*, que se vê pela figura, estava fixado na empena de um prédio de seis pavimentos e reproduzia uma aquarela de Debret. Podemos dizer, que mostra uma cena nada edificante os olhos, politicamente corretos, da sociedade falsamente igualitária do Brasil contemporâneo: um soldado da guarda nacional bebe água, enquanto um escravo negro o aguarda subservientemente matar sua sede, em pé e ao lado.

Esse cartaz fez parte de uma série com outras imagens de Debret, espalhada em pontos estratégicos pela cidade. Todos eles mostravam cenas cotidianas da vida nas ruas de um determinado “Rio Antigo”, que se consagrou no imaginário coletivo como reprodução de uma verdade. Em todos se viam escravos negros, em situações de serventia à população branca. Entretanto essas imagens mostravam situações de humilhação vividas pelo escravo negro, mesmo assim foram escolhidas para divulgar alguma ação cultural da prefeitura. Nada muito claro, provavelmente uma preocupação com a memória da cidade, que certamente intencionava passar valores culturais *positivos*, com peças supostamente simpáticas ao cidadão comum, vinculadas esteticamente ao conceito de paisagem *pitoresca*.

Imagino que se alguém, com um olhar mais crítico e indagador (*olhar*, no sentido dado por Cardoso que foi descrito no Capítulo 1 desta tese), se detivesse na leitura dos conteúdos narrativos dessas imagens (“sentido intrínseco das imagens”, que se refere Burke e que é descrito na Introdução), associaria essa campanha publicitária a uma visão conservadora e até preconceituosa por parte da prefeitura e da sua Secretaria das Culturas.

O que, no entanto, pude perceber é que essas imagens não foram interpretadas de forma negativa pelo público em geral. Na verdade elas foram acolhidas pelos passantes, genericamente, como “simpáticas” e até “atraentes”, dentro do que foi pensado pelo *marketing* da prefeitura, como verifiquei em pequena enquete que realizei nos logradouros próximos ao cartaz e com amigos ou conhecidos que circulavam diariamente pelos trajetos onde elas estavam expostas. Ninguém, de memória, sabia dizer exatamente o que as imagens

estavam narrando. A grande maioria das pessoas apenas via aqueles cartazes como bonitos desenhos coloridos relacionando, automaticamente, arte, cultura, Debret e o Brasil colonial, sem tirar nenhuma conclusão mais crítica acerca de seus conteúdos. Com isso pode-se deduzir que o público passante, o cidadão carioca, em geral, *vê*, mas não *olha* as imagens (no sentido de Cardoso), o que resulta numa leitura que se compõe numa totalidade com a paisagem da cidade, “naturalizada” pela cultura hegemônica como narrativa nacional, (no sentido de Bhabha): assim elas são percebidas pela maioria das pessoas, simplesmente como símbolos “naturais” à brasilidade, que surgiram espontaneamente na “origem” do país, por sua temática estar relacionada com a arte, a cultura e a História do Brasil.

Na prática, o que esses cartazes passavam - pelo menos para as pessoas que entrevistei - é que a Prefeitura estava fazendo sua propaganda através de imagens vinculadas com aquilo que é, hegemonicamente, considerado como qualidade artística de indiscutível valor e que traz, pelo senso comum dos cariocas, uma “visão simpática dos velhos tempos do Rio Antigo”. Simultaneamente, o governo municipal estaria preservando a memória da cidade, mesmo que esta memória trouxesse imagens onde apareciam cenas retratando as vicissitudes da escravidão.

Fica também aqui o registro que não tomei conhecimento de nenhum comentário sobre essa campanha nos principais veículos de comunicação de massas: jornais, revistas, TV. Nem a favor, nem contra. O que notei é que os cartazes, com cenas da escravidão foram sendo retirados a partir do mês de junho 2003, permanecendo, apenas, até setembro de 2003 o retrato que Debret fez de D. João VI, fixado na empena de um prédio junto ao viaduto do túnel Rebouças, sentido zona sul da cidade.

Contudo, o que me interessa com esse exemplo é mostrar com grande probabilidade de acerto, que o criador dessa campanha publicitária conhece, com base em pesquisas de opinião, o imaginário coletivo da população brasileira: Debret é uma “marca” associada à “alta

cultura” no seu sentido mais nobre, como símbolo da história do país e da cidade em um período glorioso, uma vez que o Rio de Janeiro se tornou a sede de um reino europeu ultramarino. Debret evoca, também, uma relação direta com a Independência de Portugal e com o nascimento na Nação, portanto, com a construção da identidade cultural.

Para não ficar apenas em um só exemplo de como as imagens de Debret povoam o imaginário dos cariocas e brasileiros, apresento essa “marca” transposta para os dias de hoje numa reportagem sobre uma grande festa realizada no Parque Lage, que é um palacete de estilo renascença italiana. Lá era a antiga residência do conde Henrique Lage, famoso capitão de indústrias do primeiro quartel do século XX e foi construída em homenagem à sua mulher, a cantora lírica Besanzzoni Lage. Hoje esse prédio, assim como o grande parque que o cerca, estão tombados pelo Patrimônio Histórico da União e lá funciona a Escola de Artes Visuais, vinculada à Secretaria de Cultura do Estado do Rio.

A festança era para comemorar os cinquenta anos de uma famosa “socialite”, herdeira de grande fortuna, relativa a uma das maiores, se não a maior, companhia de seguros do Brasil. A reportagem sobre a festa foi publicada no jornal *O Globo*, no sábado 8 de fevereiro de 2003, ocupando toda a página da coluna social de Hildegard Angel.

Como se vê na figura 40 as reproduções fotográficas do evento emolduram a página, mostrando os convidados em meio a negros e negras fantasiados de escravos, pagens e mucamas e que fazem parte da ambientação da festa. O diagramador do jornal deixou um retângulo central, de no máximo uma coluna, para o texto da então prestigiosa colunista, que assim se referia ao evento:

“alguns dirão que foi o pior período da nossa história, o da escravidão. Outros dirão, que foi nossa época melhor retratada pelos belos traços de Debret: o Brasil colônia, da senzala ou da casa grande, lembrado na festa linda no Parque Lage. A festa de 50 anos de Isabelle de Seguir celebrou os dois brasis. O das mucamas e dos pagens, e o Brasil da mudança, que a elite esclarecida abraça com entusiasmo (...).” (*O Globo*, Rio de Janeiro, 8 fev.2005)

Fig.40: Coluna social de Hildegard Angel (*O Globo*, Rio de Janeiro, 8 fev.2005)

Não creio ser preciso ir muito além na análise de conteúdo dessa reportagem, para mostrar como a elite, que participou da festa e, supostamente, o povo, aí representado pelo público leitor, vê com bons olhos nos dias de hoje, o argumento que ela quer defender: “*foi nossa época melhor retratada, pelos belos traços de Debret*”. Mas, contraditoriamente, causa espanto quando ela afirma que a festa comemorou os dois brasis - o da senzala e o da casa grande - o que de fato não ocorreu. O Brasil das mucamas entrou lá apenas como serviçal, não tendo sido convidado para comer ou beber, junto com a “elite”. E isto não foi questionado pela colunista, pelos convidados, nem pelos atores negros presentes ao evento, o que me leva a concluir que essa paisagem humana registrada esteticamente conforme o modo de olhar dos viajantes (*olhar paisagístico*) ainda se mantém viva. Com isso demonstra-se publicamente, através da mídia, a manutenção da clara divisão de classe e de raça, extremamente cristalizada no imaginário da sociedade brasileira, insistindo em se constituir, “naturalmente”, até os dias de hoje num belo cenário cultural do tempo do Brasil colonial, não tão distante assim do nosso cotidiano de dois séculos atrás.

Com efeito, a partir destes dois bons exemplos, o Brasil ainda hoje é dado a *ver* como uma imagem idealizada - uma *visão* (Cardoso) ou uma *fantasia* (Souza) -, a iconografia produzida pelos viajantes naturalistas novecentistas, tendo Debret como um dos principais modelos. Ou seja, o país é representado sinteticamente numa composição paisagística que o naturaliza e a seus habitantes nesse cenário fabulado, ao longo de uma construção hegemônica orquestrada historicamente pelas elites, como um *discurso* vinculado à nacionalidade. É o que Hall entende por “um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações, quanto a concepção que temos de nós mesmos” (Hall, 1999: 50)

Esse *olhar paisagístico* representa parte de um processo que vai impulsionar a produção de uma *visão* para o Brasil, *fantasiada* pela força da expressão artística, intrínseca às qualidades estéticas da iconografia que historicamente retrata o país. *Visão* essa que,

articulada com diversos tipos de discursos (desde os científicos aos ideológicos) midiaticizados das mais diversas maneiras ao longo do tempo, passa a povoar o imaginário da sociedade brasileira de forma hegemônica, consagrada como símbolo da identidade cultural do país.

É importante frisar o quanto as imagens, que emergem das impressões visuais dos artistas e cientistas viajantes novecentistas, são impregnadas de convenções estéticas vinculadas aos cânones artísticos provenientes dos movimentos neoclássico e romântico, das correntes filosóficas e artísticas antagônicas, vigentes na cultura europeia no início do século XIX, tendo a França pós-revolucionária como epicentro desse debate.

Por conta disso, as dificuldades e soluções pictóricas encontradas pelos viajantes, para registrarem em imagens uma paisagem tão exótica, completamente diferente de tudo o que conheciam na Europa, obrigou-os a artifícios estéticos que encontraram espaço dentro do que Humboldt considerava como *pitoresco*. Esse conceito é bastante elástico e bem acolhido pelos artistas da primeira metade do século XIX, já que se encontravam diante de algumas questões que prenunciavam o início das vanguardas modernistas, as quais surgiriam com toda força, pouco tempo depois, uma vez que incentivadas pelo movimento “realista” dos chamados “pintores de Barbizon” e, sobretudo, pelo movimento impressionista da segunda metade do século. Ambos pregavam a pintura ao ar livre, ao sabor das “pequenas sensações” como definiu Pizzarro, tido como o grande pintor teórico do impressionismo.

Dessa forma o *pitoresco* abriu espaço para que os pintores viajantes - sobretudo em suas anotações, quase abstrações, feitas a lápis e aquarela - se dispusessem a solucionar problemas ligados à representação da natureza com mais liberdade de expressão.

Em muitos casos os artistas-viajantes foram pioneiros no contexto da evolução estética da arte pictórica do século XIX, tanto no que diz respeito ao seu posicionamento ao ar livre diante da paisagem, como em encontrar soluções plásticas que se caracterizavam basicamente pela economia dos meios (poucas cores, esboços rápidos e inacabados), para obter os efeitos

do *pitoresco* de Humboldt. Assim, anteciparam-se em algumas décadas aos artistas europeus vinculados aos primeiros movimentos das vanguardas modernistas, do século XIX.

Em outras palavras, *pitoresco* é o que Humboldt define como coisas que povoam a natureza e que são singularmente “perfeitas para serem objeto da pintura”: um tipo de registro que se caracteriza pela abrangência do que se percebe do mundo visível, através da sensibilidade do olhar. O contrário do que ele considerava e distinguia como “discurso sustentado” - este vinculado aos seus textos e volumes mais científicos - pelas argumentações discursivas. Paralelamente, os artistas traduziram essa diferença para a pesquisa científica, enunciada por Humboldt, no seu contexto profissional, ou seja, a diferença entre a maneira acadêmica de pintar e desenhar, obediente aos cânones renascentistas, e a forma aberta de interpretação pessoal, própria do modernismo.

A afirmação de Humboldt sobre a importância do *pitoresco* pode ser vista como uma prova incontestável de que ele valorizava mais o uso da imagem como forma de comunicação adequada para o tipo de trabalho realizado pelo viajante, do que texto escrito. No interior do pensamento humboldtiano, o sentido do *pitoresco* teria mais em comum com o sublime, este compreendido no sentido do intangível, incomensurável, do que com o belo,

“(...) por ter voltado sua atenção para o selvagem e o indomável, partes da natureza ainda intocadas pela mão do homem, em detrimento do culto.” (Andes, 1999: 19).

Isto aparece mais claro quando Andes analisa que o *pitoresco*,

“enquanto favorece o selvagem, o inculto, o rústico, submete-o a uma investigação minuciosa; classifica, julga, focaliza-se no específico em detrimento do genérico. Em suas atitudes para com os novos terrenos, vistas e vegetação, o repórter - viajante procurou um novo domínio, um novo controle sobre o vasto e o desconhecido. É notável, por exemplo, a predominância de vistas panorâmicas que impressionam simultaneamente pela escala e pela precisão dos detalhes. Em seus estudos sobre a selva, Rugendas e Debret inventam novos modos de composição e imagética, na qual a deliberada invocação do sublime é temperada por detalhes específicos surpreendentes, cuidadosamente escolhidos.” (1999: 17).

Em face dos exemplos aqui expostos da genealogia do *pitoresco* (desde o século XIX até os dias de hoje) e da efetividade desse modo de *olhar* a paisagem brasileira, por parte da

iconografia viajante – o que neste trabalho convenciono chamar *olhar paisagístico* -, mesmo as cenas urbanas retratadas como cenários exóticos, em certo sentido análogos ao ambiente natural das florestas, é perfeitamente plausível afirmar que o Brasil é um país que tem sido identificado historicamente como uma *composição paisagística*, um significante que engloba o país numa totalidade, da qual faz parte sua natureza e a grande maioria de seus habitantes, sobretudo os não europeus: índios, negros e mestiços. São esses grupos étnicos objeto primordial de interesse científico para os naturalistas e que podem ser vistos nas etnografias ilustradas como tipos humanos de essência e substância integrada à paisagem do mundo natural, criando uma classificação totalizante, numa espécie de ecossistema à maneira de Humboldt.

São inúmeros os trabalhos que retratam essa classificação. Andes apresenta o pintor Choris (1795-1828), que esteve no Brasil em 1815, com a preocupação estética de registrar em seus quadros traços naturais e humanos no interior da mesma composição. Suas paisagens, feitas no território de Santa Catarina, mostram no mesmo conjunto paisagístico, pássaros, répteis, plantas, relevo local e, segundo Andes, um “brasileiro típico”.

Assim o fez Debret, ao associar animais e plantas exóticas a figuras de negros e negras escravos, vendedores ambulantes de frutas tropicais, caçadores de borboletas e coletores. O mesmo se dá com obra de Wied-Neuweid (1782-1867), que enfatiza a naturalização entre o homem brasileiro despossuído e subalterno sob o aspecto pitoresco, na medida que ele está amalgamado na paisagem como elemento da composição estética da iconografia, integrado na selva, nas ilustrações de seus relatos de viagem: índios aparecem misturados a animais silvestres em seus afazeres cotidianos, numa composição que tem como resultante uma representação *pitoresca*, uma imagem do conjunto que corresponde ao significante humboldtiano: um rosto de Brasil ou melhor, a *fisionomia de uma paisagem*.

Nesse sentido, Kury e Romero Sá no ensaio intitulado “Os três reinos da natureza”, publicado no catálogo da exposição *O Brasil dos Viajantes*, reforça meu ponto de vista acerca da eficácia da imagem do país como representação pitoresca da paisagem, formando uma hegemonia cultural em torno da construção da identidade brasileira:

“o olhar viajante que descobre o Brasil foi em grande parte incorporado pelos próprios brasileiros. Nosso imaginário é povoado por cenas da vida nos trópicos, herdadas das descrições de cronistas, artistas e naturalistas que visitaram nossas terras ao longo de séculos. Os relatos escritos por estrangeiros que percorreram o Brasil foram as primeiras obras sistematizadoras que forneceram uma visão de conjunto sobre o país.” (1999: 23)

Segundo esses dois ensaístas, isto aparece claramente nos desenhos de Debret, quando ele retrata cenas das ruas no Rio de Janeiro, aparecendo, invariavelmente, a figura do negro escravo como parte integrante e imanente à paisagem, tanto quanto qualquer outro elemento da composição. Sob o pretexto de inventariar a natureza brasileira sob a ótica de Humboldt (retratar as fisionomias da paisagem), seu olhar viajante vai registrar à maneira enciclopédica uma etnografia seguindo a metodologia de Lineu (1707-1783), a qual propõe uma versão da verdade, válida como um sistema de catalogação universal, chamado de “O Sistema Naturae” (1758). Nesse catálogo ele utiliza ilustrações com imagens do Brasil retratando o mundo natural, onde consta um glossário das plantas e animais silvestres, usando o latim como o idioma da nomenclatura das espécies. Como parte dessa classificação dos elementos da natureza, Debret dedicou-se, da mesma forma metodológica, ao registro da vida e dos tipos humanos tidos como exóticos (negros, índios e mestiços) existentes no Brasil na primeira metade do século XIX.

Sobre o exercício do olhar exótico e pitoresco-paisagístico dos viajantes, Naves, em *A Forma Difícil*, comenta que diante da impossibilidade plena de realizar o modelo de cidadania postulado esteticamente, dentro do estilo neoclássico, pelo ideário político, Debret, em suas aquarelas brasileiras, acaba por dissolvê-lo em algo embaraçoso e indiferenciado na paisagem: “Céus, corpos, árvores e solo parecem compartilhar uma substância comum, num

país em que o afastamento da natureza ainda é limitado e onde o discurso do dever encontra embaraços”. (1996: 43).

Com esse comentário sobre Debret, Naves coloca de forma sintética muito do que se passa no interior do processo de percepção e registro iconográfico dos viajantes: o *pitoresco* humboldtiano, além de método epistemológico de pesquisa naturalista, vai servir de *maneira* (no sentido de maneirismo) como recurso ou artifício estético, para resolver problemas relacionados com a forma da composição visual de suas obras.

Esse fenômeno pode ser muito bem entendido, posto que, pelo choque cultural entre as realidades do mundo europeu e o universo colonial das Américas, é produzido um estranhamento daquilo que os viajantes encontram no Brasil, daí surgirem também dificuldades desses artistas em retratar convincentemente a complexidade do ambiente tropical brasileiro, adaptando-o visualmente aos cânones estéticos europeus. A estratégia da utilização do *pitoresco* (por ser uma noção metodológica ampla e difusa, pouco definida e aberta à interpretação sensível do artista), vem a se tornar um recurso estético para a invenção plástica de *cenários paisagísticos* onde os elementos (humanos ou não) se fundem ao sabor da imaginação do viajante. Isso aparece mesmo em Debret, no caso um autêntico representante do ideário neoclássico, supostamente mais regrado e de acordo com o principal postulado renascentista, que propugna um olhar “neutro” frente à natureza.

Naves aprofunda sua análise sobre o que há de diferente e de comum entre a obra da Debret e do desenhista-pintor austríaco Thomas Ender, examinado a forma como esses dois artistas viajantes olharam e registraram, iconograficamente, o cenário brasileiro no exercício do *olhar paisagístico*:

“dos mais de seiscentos desenhos e esboços realizados no Brasil, vários retratam cenas urbanas. Neles aparecem dezenas de negros de ganho, envolvidos em atividades semelhantes àquelas desenhadas por Debret. No entanto, o ponto de vista recuado de Thomas Ender - um paisagista por excelência - transforma-os simplesmente em elementos de um plano maior. Pequeninos, às vezes mal podendo ser identificados, os escravos contribuem para a graça das vistas, pontuando-as e interrompendo a monotonia dos espaços. Contudo, mal se diferenciam dos demais

elementos - chafarizes, barris, muros e carroças - que entram na composição das cenas. A desolação que permeia esses amplos espaços abertos - uma espécie de espaço de paisagem sem o frescor da vegetação - ecoa em tudo, fragilizando pessoas e construções, o que sem dúvida diz respeito à cidade do Rio de Janeiro de então. Mas ao igualar todas as coisas nesse abandono, falseia uma parte da realidade, colocando num mesmo pé relações muito diversas.” (1996: 88)

Basicamente as obras de Debret, Ender, Rugendas, Taunay, Florence e Burchell, como emblemáticas da produção iconográfica dos viajantes sobre o território brasileiro, têm se prestado até os dias de hoje para modelar a representação de um Brasil paisagístico-pitoresco, não importando o conteúdo de suas imagens. Isso porque todos esses artistas, assim como os demais viajantes novecentistas, atendem ao estatuto científico de abordagem metodológica de Humboldt, a qual é assentada sobre a abordagem representacional da natureza sob o viés do *pitoresco*.

As ilustrações já apresentadas aqui e outras que se seguirão, servem para tornar cada vez mais clara a minha hipótese, ou seja: o que acaba prevalecendo ao longo do tempo para o público, como versão oficial e verdade consensual mediatizada, primeiramente, pela educação escolar e posteriormente popularizada pelos diversos meios de comunicação, é a articulação discursiva que faz com que essas imagens - com o encantamento estético produzido pelo efeito do *pitoresco* - gerem imediata e hegemonicamente um determinado sentido, o qual está estreitamente vinculado à história do nascimento do Brasil (no sentido hipotético de uma “origem natural”). Tudo isso contribui para a construção da identidade cultural do país visível como uma *composição paisagística*.

3.4. O olhar paisagístico e as representações visuais na virada do milênio

Para ilustrar as colocações anteriores, pretendo mostrar mais detalhadamente como essa forma identitária continua viva e atuante na virada para o terceiro milênio. Ou seja, como a representação visual da paisagem natural persiste na condição de significante metonímico de identificação da cidade como uma *visão* que se materializa através de uma imagem, uma composição paisagística, nos moldes do *pitoresco* e se presentificam nos desenhos de Debret, Ender e demais viajantes que trilharam o caminho do naturalismo de Humboldt.

Algo semelhante à representação da paisagem natural acontece no âmbito da comunicação de massas, com propósitos completamente diferentes dos objetivos científicos etnográficos dos viajantes. É o caso da moderna publicidade, que usa meios estetizados de sedução do olhar e artifícios visuais. Os desenhos de outrora são substituídos por fotografias a cores, impressas graficamente em *off-set*, com objetivos de anunciar a venda de imóveis na orla e nos arredores serranos da cidade do Rio de Janeiro, mas que, posso dizer, têm servido de modelo para o resto do Brasil.

Vejamos a figura 41. É um empreendimento imobiliário a ser construído na Barra da Tijuca, bairro da zona oeste da Cidade do Rio de Janeiro. O prospecto joga com o olhar exótico da iconografia dos viajantes para seduzir o espectador/ consumidor do século XXI. Ou seja, apresenta uma visão do Rio como uma porção de mar aberto, simbolizando a natureza pura, despida de cultura, que o anúncio pretende dar a *ver* como um paraíso tropical, que seria a própria cidade. Só que a mercadoria a ser vendida, a construção em si dos imóveis, está ausente na cena e no *olhar* do espectador. Daí pode-se concluir que essa é uma forma de

apresentar a identidade cultural do Rio, privilegiando o cenário natural, ordenando-se por ele, e conforme o imaginário social coletivo permanecendo como uma verdade e um orgulho aos olhos dos cariocas.

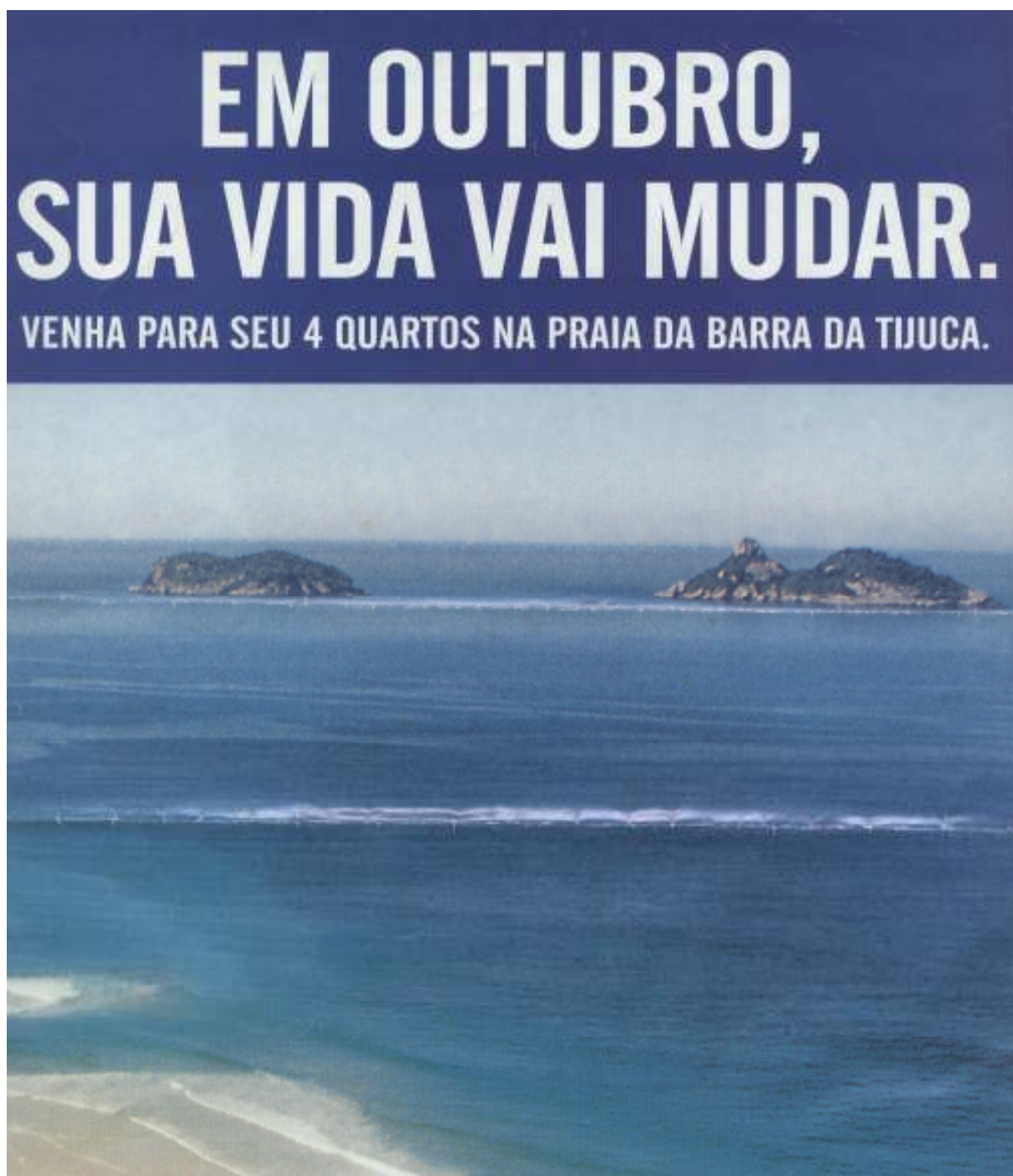


Fig.41: Lançamento imobiliário, avenida Sernambetiba 3360

Como se vê, o folheto publicitário apresenta na capa uma foto de mar aberto com o título: “Em outubro, sua vida mudar”. No entanto, uma pequena legenda, abaixo e à esquerda da imagem, avisa: “Vista do décimo quinto andar do edifício Anacapri”. A função dessa legenda é alertar que a importante “*vista para o mar*”, aludida pela foto de capa, é privativa do 15º andar de um dos prédios apenas e não de todos os apartamentos como se pode pensar pela foto de capa. Mas, a mensagem imediata da propaganda é criar um jogo semântico, que associa texto e imagem, com o objetivo de induzir ao receptor do anúncio à verdade de que, ao se habilitar a comprar um apartamento nesse local, que estaria situado à beira da praia e com vista para o mar, ele se tornaria um *cidadão-consumidor* (ou vice-versa) privilegiado e, por consequência, haveria uma melhoria em sua “*qualidade de vida*”, desfrutando da vista para o mar mostrada no folheto.

A propaganda é feita para que o futuro comprador assuma imaginariamente e de antemão o pressuposto de uma verdade, induzida e compartilhada consensualmente pelo social, de que a qualidade de vida vai mudar caso possa morar diante daquilo que o Rio de Janeiro possui de mais valorizado culturalmente: sua paisagem natural. E, como consequência, será um cidadão mais respeitado e admirado pelo conjunto social.

Ou seja, a mensagem publicitária, em questão, parte do pressuposto de que há no comprador uma pré-identificação com esse valor sociocultural - *a vista para o mar*, para a natureza “pura” - que corresponderia a quintessência da identidade cultural da “cidade maravilhosa”. O publicitário, ao apresentar a natureza como significante paradigmático de algo consensual e culturalmente hegemônico, parte da certeza de que seu artifício discursivo articulado com a imagem impressa, que mediatiza o conteúdo de sua mensagem, já existe inoculado no imaginário do público. Ou seja, que esse modo de olhar o Rio de Janeiro e identificá-lo através de uma composição paisagística já está historicamente instalado na memória afetiva da população, estruturado pela cultura hegemônica através da educação dos

sentidos (seja pela formação escolar, seja pelas instâncias midiáticas), e isto tem sua proveniência, como estou sustentando, de uma articulação discursiva existente da obra dos viajantes dos séculos passados.

Essa estratégia tem sido replicada em propagandas de venda de imóveis nos demais logradouros praieros, situados ao longo da extensa costa do Brasil. Portanto, quero concluir que a expressão *vista para o mar* é uma metonímia, um ícone emblemático, que substitui a cidade pelo oceano, marcando o *olhar paisagístico* que o publicitário quer imprimir no espectador/consumidor. Supostamente isso povoaria a imaginação do comprador, do público, enfim, do sujeito coletivo, que acolhe essa metonímia como visão da cidade, no sentido de sua identidade.

Com efeito, o modo de olhar a cidade que é apresentado na propaganda - que a faz ser reconhecida como um recorte de paisagem, de forma exótico-pitoresca e que atinge o olhar do brasileiro e do estrangeiro -, encontra em sua genealogia uma árvore de elementos que o estruturam historicamente: inicialmente pelas antigas fabulações da “visão do paraíso”, mito confirmado nos discursos dos descobridores, depois pela “verdade científica”, que toma corpo e se institucionaliza sob o olhar do naturalismo de Humboldt, finalmente como parte integrante na produção dos discursos e representações nacionalistas desde o Império às duas Repúblicas que, em seu conjunto, constroem hegemonicamente a identidade cultural do país. Por essa razão o *olhar paisagístico* é muito eficaz como mensagem, como símbolo identitário e, exatamente por isto, a publicidade dele faz uso.

Esse mesmo artifício discursivo também é empregado para vender “uma melhor qualidade de vida”, como valor paradigmático na retórica do *marketing* na sociedade moderna ocidental. Isso se encontra sinteticamente estampado na capa de outro folheto que anuncia imóveis situados “a 50 minutos do Rio”. [fig. 42] Replicando a mesma ideologia que condiciona novos hábitos de morar à qualidade de vida, vende-se a idéia do “paraíso tropical”

associada à paisagem natural, absolutamente de acordo com o *olhar* que constrói a identidade cultural do Rio e do Brasil, objeto de análise deste trabalho.

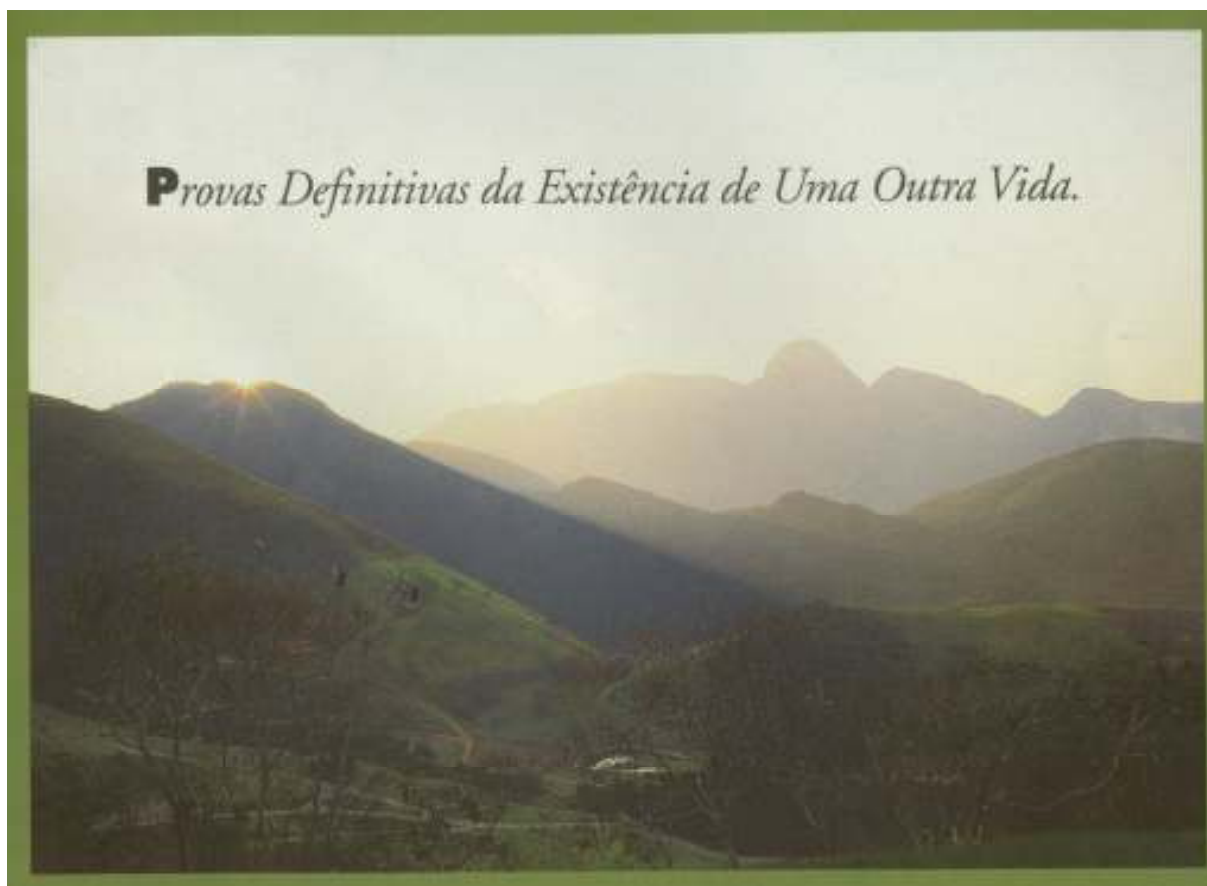


Fig.42: Lançamento imobiliário, Quinta do Lago

Como se pode ver na capa desse outro folheto, há uma fotografia de um nascer do sol entre montanhas verdejantes com uma mensagem lacônica, simples e misteriosa, sem precisar a proveniência de seu contexto simbólico: “Provas definitivas da existência de uma outra vida”. Esta mensagem joga com um triplo sentido, simultaneamente. O mais imediato, emerge como uma provocação, que em tom de ironia sinaliza para já desgastada e anedótica possibilidade da existência de seres extraterrestres, tema por demais explorado pela literatura relativa à ficção científica; quase ao mesmo tempo, apela para a crença religiosa de uma outra existência, seja no plano sobrenatural vinculado à pregação cristã, seja no plano de um estado contemplativo de sublime plenitude; e, por fim, o anúncio aponta para a possibilidade concreta do consumidor viver num ambiente mais calmo e protegido, menos vulnerável à “crescente violência urbana”, diariamente explorada pela mídia jornalística.

Fica patente, mais uma vez, na mensagem da capa desse segundo anúncio, que a paisagem natural - agora não mais a *vista para o mar*, mas *para o verde* das montanhas (no sentido também de uma categoria ideológica associada com uma simplificada “política ecológica”) - está sendo vendida não só como uma melhoria na qualidade de vida no plano material, terrestre, mas como uma alternativa ao corre-corre da cidade grande. Para, além disso, seria um meio de transcendência espiritual, uma saída do mundo material, presentes nas mais diversas variações do cristianismo.

A ideologia da democracia burguesa, que promove e vende a “qualidade de vida” como categoria sociológica associada ao conforto, à segurança e à saúde, tem sido veiculada e inoculada na subjetividade coletiva pelos *mass media*. Da mesma forma que essa categoria tem servido ao discurso, usado pela cultura hegemônica, que define os períodos históricos recentes do capitalismo moderno, como sendo o da “sociedade do bem estar” ou “sociedade do lazer”, por exemplo.

Inserido no contexto ideológico do clichê que torna visível o “paraíso tropical”, ao mesmo tempo em que envolve a identidade cultural brasileira, a categoria discursiva “qualidade de vida”, além de se somar ao repertório do senso comum, também tem sido utilizada para anunciar condomínios de residências unifamiliares destinadas à classe média alta nas regiões serranas próximas à área metropolitana. É o caso de Itaipava, distrito rural da cidade imperial de Petrópolis, cujo nome significa, cidade de Pedro, por ter sido fundada em 1850 por D. Pedro. Petrópolis ainda hoje carrega uma aura aristocrática proveniente dos tempos do Brasil Imperial.

A exemplo do que aconteceu nos Estados Unidos com os chamados *suburbs*, bairros planejados e construídos pela indústria imobiliária norte-americana nos arredores das grandes megalópoles, como Nova York, Chicago, Los Angeles, Boston e outras: o anúncio da figura 38 procura vender residências em Itaipava, “a 50 minutos do Rio”, como um estilo de vida diferente, sem a agitação da cidade grande, concluindo que existem “provas definitivas da existência de uma outra vida”.

No seu sentido mais intrínseco, a intenção da mensagem é passar, para o possível comprador de uma casa construída em área restrita a residências unifamiliares (nas proximidades do Rio de Janeiro e em meio à região rural), um conceito de morar que privilegia paradigmaticamente o sentido de “privacidade”. Sob esse conceito subentende-se a possibilidade de se viver “plenamente cercado de paz, segurança e harmonia familiar”, devido à filosofia desse tipo de urbanização: moradias cercadas por grandes áreas ajardinadas, moradores *livres* de serem incomodados e preservados dos olhares da vizinhança. Todo esse conjunto vem *tornar visível*, preponderantemente, a paisagem natural, que, historicamente, tem sido associada à saúde, física e mental. Assim, esse contexto é utilizado pela publicidade para gerar um pleno maravilhamento estético de um paraíso edênico, terreal, como uma

paisagem insondável e etérea pela técnica fotográfica, à maneira da pintura romântica dos séculos XVIII e XIX.

Esse tipo de produção representacional - que articula discurso e visualidade, engendrada pela publicidade e pela mídia em geral, como vimos nos exemplos acima apresentados - é abordado por Sodré como a produção de um desejo no consumidor:

“‘Eu fabrico cosméticos, mas vendo esperança’. A frase, velha conhecida dos publicitários, resume a noção de produto na moderna sociedade de mercado. Ela deixa claro, que, tanto na esfera dos bens materiais quanto dos simbólicos, o produto define-se basicamente como ‘desejo’, isto é, como noção psíquica que compele a consciência do sujeito na direção de um objeto.”

O termo *desejo* tem um sentido específico nas teorias contemporâneas da subjetividade e refere-se fundamentalmente ao movimento inconsciente do psiquismo para um objeto não-real, mas “imaginário” ou “simbólico”. (1996: 101)

O autor designa esse fenômeno, típico do atual estágio da economia de mercado em escala global, ou seja, que se expande continuamente ao redor do mundo, como *tecnocultura*, uma nova modalidade de cultura, que se utiliza das modernas tecnologias de produção, reprodução e mediatização das representações.

Esta é a forma que a cultura hegemônica capitalista opera simbolicamente, jogando informações acondicionadas em verdades consensuais, fabricadas por novos atores sociais, os quais Sodré denomina de “intelectuais coletivos”. Esses seriam os publicitários, jornalistas, técnicos de *marketing*, assessores de imprensa e demais produtores culturais que se valem das instâncias mediáticas para moldar o imaginário coletivo segundo a lógica ou ideologia do mercado:

“  importante observar que as ‘novas’ formas discursivas da indústria cultural têm muito a ver com a velha arte da retórica, concebida pelos sofistas e sistematizada por Aristóteles. [...]   magia das palavras, a contemporaneidade acrescentou o fascínio mágico das imagens produzidas por novíssimas tecnologias, com efeitos de ilusionismo e demagogia semelhantes aos obtidos com a velha adula  o da sofística.” (Sodré, 1996: 23)

Os modernos intelectuais coletivos redesenham valores sociais, baseados no senso comum, através de meios tecnológicos de armazenamento, estocagem, produção e reprodução do simbólico e sua propagação nos meios de comunicação de massa como um jogo estético das aparências, de imagens e representações de toda sorte, simuladoras de fatos sociais.

Por conseguinte, para Sodré, toda essa produção simbólica, condicionada pela mídia, vai tornar somente visíveis os aspectos representacionais das mercadorias e objetos de desejos para a massa de consumidores, recalcando o que não interessa dar a ver. Desta forma, a publicidade produz a subjetividade, seja na forma de “opinião pública”, seja como pulsão desejante, no sentido freudiano, a qual leva o sujeito coletivo ao consumo compulsivo, no lugar de uma ação reflexiva. “A fórmula seria algo como ‘eu desejo o que outra pessoa me indica como desejável’, na linha do indicado por Hegel”.(Sodré, 1996: 101)

Acolhendo a argumentação de Sodré, é plausível afirmar que certamente a força de convencimento, que hoje advém da *tecnocultura* e de seus intelectuais coletivos - presentes no cartaz da Prefeitura do Rio com a imagem de Debret, na reportagem “Onde o Brasil foi melhor retratado” da colunista Hildegard Angel, nos dois folhetos de propaganda para venda de imóveis *que associam valores uma vida saudável, junto à proximidade com a natureza* (com *vista para o mar* ou com *vista para o verde*) -, jogam com a imaginação popular reforçando e reciclando nossa construção identitária e, assim, mantendo-a ainda hegemônica. Construção essa que se desenvolve e se configura como poderoso sistema simbólico de comunicação social e que se expressa, na vida cotidiana brasileira, em práticas discursivas e representacionais, seja na política, nas artes e nas literaturas. Todas elas baseadas na visão exótica de nossa paisagem, introjetado no imaginário coletivo como “visão do paraíso” ou de um “paraíso tropical”, o qual é um construto que faz parte do modo como os europeus organizaram seu olhar para o “Novo Mundo”.

Hollanda, em seu livro *Visão do Paraíso*, refere-se a este “paraíso tropical”, como sendo o lugar do reencontro com a gênese dos tempos, desse modo:

“Colombo, sem dissuadir-se de que atingira pelo Ocidente o Oriente, julgou-se em outro mundo ao avistar a costa do Pária, onde tudo lhe dizia estar a caminho do verdadeiro Paraíso Terreal. Ganha com isso significado pleno a expressão ‘Novo Mundo’ (...) para designar as terras descobertas. Novo não só porque ignorado, até então, das gentes da Europa (...), mas porque parecia o mundo renovar-se ali e regenerar-se, vestido de verde imutável, banhado numa primavera, alheio à variedade e aos rigores das estações, como se estivesse verdadeiramente restituído à glória dos dias da Criação.” (2000: 204)

Para complementar a análise que mostra a força de persuasão e permanência do *olhar paisagístico* na imaginação dos brasileiros e sua relação direta com a construção identitária do país, cabe lembrar que os dois anúncios imobiliários, utilizados como exemplo neste capítulo, são datados de 2000 e 2002 respectivamente e continuam a mostrar a cidade e, por analogia, o país como uma “visão do paraíso terreal”, tal como está em Hollanda.

Mas, há também casos em que a paisagem aparece na condição de representações de figuras humanas, tais como as caracterizadas na pintura dos artistas provenientes das elites, acadêmicos e modernistas, que exemplificam a forma como o *olhar paisagístico* atua no amalgamento estético dos tipos humanos, da mesma forma que seus predecessores viajantes.

São representações que visam dar uma explicação do Brasil sob um aspecto totalizante, focando principalmente a questão racial e que têm uma correspondência com a obra de alguns dos grandes pintores brasileiros, academicistas, modernistas e mesmo contemporâneos, conforme ilustrações que já apresentei anteriormente. Essas representações visuais, somadas àquelas que constituem a iconografia viajante, consideram “brasileiros históricos” ou “típicos”, aqueles que podem representar sínteses ou tipificações do povo brasileiro: uma gente mestiça, com aspetos físicos bem caracterizados por essa miscigenação entre o branco, o negro e o índio, mas sob o aspecto predominante da aparência de características físicas afro-ameríndias.

Este é o caso das mulatas de Di Cavalcanti, que conjugam, simetricamente equiparados, a beleza exótica e libidinosa de dotes físicos das mulatas com a exuberância da natureza tropical e seus predicados. O mesmo se vê nas representações míticas e estilizadas de Aldemir Martins em seu aguerrido e cintilante cangaceiro (1953) sob uma sinistra lua azul, [fig.43] Martins baseia-se em desenho da série “Tinturas de Guerra” (1944) inspirada na tradicional iconografia popular da literatura de cordel nordestina, que se reflete na filmografia brasileira moderna, desde *O Cangaceiro* de Lima Barreto (1953) ao revolucionário *Deus e Diabo na Terra do Sol* de Glauber Rocha (1963).



Fig.43: Cangaceiro, Aldemir Martins, 1971. (Ayala, 19--: 127)

O tipo brasileiro também pode ser visto nas figuras épico-eróticas de prostitutas com traços de mestiças na série *Mangue* de Lazar Segall (1925/1928), como está na figura 44, nos mulatos trabalhadores rurais de Portinari [fig. 45] onde se distinguem os traços fisionômicos acentuando a afro-descendência, cuja cor da pele que se funde com o solo do cafezal paulista, como já foi mencionado, reforçando a idéia de que a existência desses trabalhadores está totalmente amalgamada a esse solo que produz a riqueza que faz do Brasil um país tão fértil e dadivoso. Ele é como o café, um pródigo e dadivoso fruto da terra.



Fig.44: Desenho original do álbum *Mangue*, Lazar Segall, 1925/28. (Horta, s.d: 263)



Fig.45: Trabalhador rural, Cândido Portinari. (Ayala, 19--: 53)

A utilização desta mesma mensagem apareceu, recentemente, em um anúncio da perfumaria O Boticário, publicado na quarta capa de várias revistas femininas (*Casa Claudia*, *Vogue*, entre outras), ao longo do ano de 2002. [fig.46] A propaganda faz ressurgir o brasileiro tipo, segundo a iconografia que estou mostrando, só que desta vez representado por um bem sucedido ator de televisão e modelo fotográfico, vestido com trajes considerados de bom gosto pelas elites, o que conota sua ascensão sociocultural. No entanto, sua relação com o passado se presentifica pela contraposição com o quadro de Portinari intitulado *O Mestiço*, que traz a figura de um trabalhador subalterno, como eram os mestiço do tempo do pintor.



Fig.46: Propaganda O Boticário, 2002. (*Revista Vogue*, quarta capa)

É bom lembrar que Portinari está sintonizado com os discursos de valorização da miscigenação brasileira. Ele, como outros pintores, ocupa-se de construir uma visualização desse brasileiro típico a partir de figuras de trabalhadores épicos, à maneira dos heróis da Antigüidade greco-romana. Sua imagem, agora associada a um belo modelo fotográfico construído pela publicidade, serve como fetiche a serviço do *marketing* moderno, como objeto para venda de produtos de perfumaria. Nesse sentido, o neo-mestiço emerge como símbolo sexual masculino, associado com a idéia de que esse bem sucedido mestiço, urbanizado e bem vestido, apresenta uma grande distância e superioridade em relação seu antecessor subalterno, meeiro rural, descendente de escravos e pintado por Portinari. O anúncio quer fazer crer ao público que os três (o ator, o mestiço portinariano e a água de colônia da marca “O Boticário”) possuem as mesmas qualidades históricas que legitimam a cada um deles a condição identitária do que é “natural do Brasil”.

De maneira análoga, acontece a transformação midiática da representação romanceada da índia *Iracema* em sua inocente e pura sensualidade plenamente integrada com a natureza, tal como foi pintada por Antonio Parreiras em 1909. [fig.47] Ao contrário da visão negativa do índio, existente durante o período colonial, o movimento romântico indigenista, de caráter nativista, que viceja na passagem do Império para a República procura resgatar a imagem do indígena como um ser dotado de uma nobreza natural e ingênua, como é o caso de Iracema.

O que primeiro se vê no quadro a óleo, pintado à maneira impressionista, é a figura centralizada de uma índia solitária ajoelhada na praia, de costas para o mar, chorando de paixão pelo amor que vai indo embora, um homem branco-colonizador, que na tela toma a forma de uma vela solitária no horizonte. O corpo escultural da índia nua, modelada segundo cânones estéticos europeus, se mistura com a cor da areia como se dela fizesse parte, assim como sua desolação selvagem e pura. Destituída de seu objeto de desejo, inspira um sentimento de grandeza humana emanado na pureza de sua alma.



Fig.47: Iracema, Antonio Parreiras, 1909. (*Arte no Brasil*, 1982: 178)

Essa representação da mulher indígena, símbolo de uma brasilidade autóctone, reaparece reciclada nos dias de hoje nas mais diversas mídias ainda como um ser que deseja e se oferece fisicamente ao branco europeu, sempre obedecendo a um formato estético padrão: símbolo da mítica exuberante sexualidade da mulher nativa, “natural do Brasil”. É o caso das estratégias de *marketing* utilizadas pela indústria do turismo sexual, [fig.48] onde aparecem num cartão postal comum, encontrável nas bancas de jornal, sobretudo nos bairros da Zona Sul do Rio, hotéis, aeroportos e rodoviárias, modelos femininos selecionados pelo tipo físico da morena bronzada de sol, usando roupas de banho sumariíssimas que destacam suas nádegas com a intenção fetichista de seduzir o estrangeiro, pela aparência.



Fig.48: Copacabana (Cartão postal)

Por conseguinte, como bem mostra a figura acima, o *olhar paisagístico* vai mais uma vez ajudar a reconstruir a condição identitária da mulher brasileira, proveniente das primeiras fabulações sobre o paraíso tropical, reciclando esteticamente a mítica sensualidade do corpo feminino da brasileira já construída anteriormente pela iconografia que provém dos viajantes e dos artistas de motivação nativista que auxiliaram na construção do imaginário brasileiro, desde os primórdios da Nação.

Resta assinalar rapidamente alguns exemplos onde o negro também aparece como ícone da brasilidade na iconografia produzida ao longo da história do Brasil. Coube também aos pintores acadêmicos na passagem do Império para a República produzir o negro reciclado, criando o estereótipo do “preto velho”. Invariavelmente de posse de seu cachimbo, olhar penetrante voltado para o espectador, o “preto velho” é sempre apreendido no senso comum dos brasileiros como sinônimo de uma brasilidade generosa, solidária, simpática e sábia e dotada de poderes espirituais que associa a pobreza material à riqueza espiritual. Sua imagem, largamente popularizada, costuma compor a paisagem doméstica dos brasileiros pendurado em muitas paredes de lares da população de baixa renda, além de oratórios em centros de casas de culto afro-brasileiro.

Com o populismo getulista, nos anos de 1930, a partir da propagação do futebol como esporte da preferência nacional, representações do negro reaparecem nos meios de comunicação de massa, sobretudo pela força do rádio e da foto instantânea publicada nos jornais e revistas, depois ao vivo nas transmissões futebolísticas televisadas, como heróis nacionais, sobretudo na sequência de vitórias em Copas do Mundo, tendo Pelé como emblema.

Hoje, já no decorrer do início do século XXI, com a expansão da cobertura da imprensa esportiva especializada (em especial a televisiva) para além do futebol. Daiane dos Santos desponta como fenômeno de um esporte que o Brasil não tem nenhuma tradição no

cenário mundial: a ginástica olímpica. A pequena ginasta indubitavelmente reconhecida e identificável visualmente como etnicamente *negra*, é insistentemente chamada pela mídia brasileira de *gauchinha* na tentativa de embranquecê-la, na medida em que há um consenso entre os brasileiros de que são muito poucos negros no extremo sul do país, ainda mais ocupando espaços num território cultural pré-estabelecido pelos e para os brancos imigrantes europeus.

No entanto, Daiane, que é detentora de vários títulos importantes, inclusive o de campeã mundial na modalidade de ginástica de solo, joga o jogo dos clichês identitários: faz questão de se apresentar no ginásio montado no pavilhão do Riocentro ao som do famoso e consagrado chorinho, intitulado “Brasileirinho”, de autoria de Valdir Azevedo, composto em 1950. Como consequência, ganhou a manchete dos jornais de todo o país, com destaque para a de *O Globo* de 3 de abril de 2004, [fig.49] cujo título *A Brasileirinha* mostra uma grande foto a cores da ginasta negra, com a pujança muscular de suas pernas associada ao gestual leve e gracioso, típico de uma bailarina clássica européia. Em síntese, uma composição paisagística configurada sobre o *olhar exótico* e, ao mesmo tempo, carregado de valores culturais provenientes da Europa.

O que se nota de diferente é que na sociedade contemporânea a publicidade, potencializada pelos meios de comunicação de massa, é o fenômeno social que melhor representa o agenciamento da cultura hegemônica de mercado, configurando o que Sodré denomina de tecnocultura, substituindo o Estado, historicamente gerador e gestor do *olhar paisagístico*, proveniente do mecenato das missões e expedições dos viajantes, bem como o dispositivo que auxilia na construção da identidade cultural brasileira, conforme está colocado neste trabalho.

O GLOBO

© 2007 The Authors
Journal compilation © 2007 Blackwell Publishing Ltd

© 2012 JACOBS GROUP, LLC. ALL RIGHTS RESERVED. 4000 LEXINGTON AVENUE, SUITE 1000, NEW YORK, NY 10017 • www.jacobs.com

PROPERTY MANAGEMENT

Ensino fundamental terá prova já em 2005

• O ministro da Educação, Tasso Giacomini, afirmou durante uma coletiva de imprensa que o ensino fundamental, como obrigatório, é suficiente a garantir que escolas públicas de todo o país tenham acesso a uma educação básica de qualidade. Ele afirmou que o ensino fundamental é suficiente para a maioria das escolas, mas que algumas escolas de elite podem oferecer uma educação de qualidade superior à do ensino fundamental.

Santoro é afastado da Corte do STJ

• O *Salpiscus* é um inseto perigoso. Ele se alimenta de plantas e animais, incluindo humanos. É comum em áreas úmidas e pode causar irritação na pele. Se você encontrar um, não toque e avise as autoridades locais.

Terror iria
explodir outro
trem espanhol

■ A politica economica che kantoni sembra tutta bionda non riflette che forse da alta miltitudine sotto. Ma chi è bionda, il segretario era il secondo dei deputati di (1) de Marcy, che durante (8) gennaio, in una seduta, fu trattato da un gruppo di radicali isolati. Oggi è il 10.000. **Plano 17**

**Estatuto amplia
número de
microempresas**

• O governo transferiu as regalias da Sociedade de Mineração e da Empresa de Propriedade de Minas, somando de R\$ 294 mil para R\$ 453.703,14 o valor máximo da dívida bruta anual para que se mantenha dentro do orçamento fiscal brasileiro. Essas empresas serão: Iboate, Sarcoba. **Página 11**

KEYWORDS: child abuse; child sexual abuse; child sexual exploitation; child sexual abuse; child sexual exploitation; child sexual abuse; child sexual exploitation

Cartilha do
Ministério da Saúde
sobre sexo entre
mulheres chama Lala

11/11/2010, página 5

Brasileirinha

• A cartografia com o "território" da cidade de apostada com bairros e pontos locais, antigos, na região da Moura do Rio.

There is
greater po-
sitive than
negative
NARS. May
some addi-

Sunt câteva de grupe v. literică, ele
servesc para a final de amabil sau
dramatic (de unde vine a realitate
NATL, deși, a compunții prezente
cu unele grupuri. Pagina 12 a 4

Petrobras fará pelo mar oleoduto do Rio para SP

Governo Acosta e 19 municípios fluminenses perdem com decisão

• Depende de muitos de
questos de-berem com
governo do Rio, a Presi-
dência vai anunciar um
planejamento que é compo-
sido entre a Bahia, Rio de
Janeiro e São Paulo, em parte
Braziliense, há pelo me-
nos 40 anos do Rio de
Janeiro, e há no Brasil paulista
uma tradição, inclusive

[illegible]

Pitboy em dia de pitbull



► Mula della corrente islamica pretesa per conto dei ribelli da parte dei lealisti e dell'agente Waheed al Victor Durrani, gli isruati austriaci per

lingua corporalis apud
agendum — et cum
mundicia — in genere
exemplum de loto
Nive, in loto.



Acusado de mortes é solto

Caseiro do caso Staheli diz agora que foi só cúmplice

■ Agita-se uma guerra entre investidores da política e do mercado sobre o controle da Justiça Eleitoral. O Conselho Superior do Poder Judiciário, principal órgão de controle, está sendo formado por membros do mercado financeiro, o que preocupa os políticos.

do casal de americanos Lara Todd e Michael Strahl. Apesar de os dois serem casados pela primeira vez há pouco mais de um ano, o casal já possui uma filha, a recém-nascida Emma.

para 113 mil, apenas 10% foram agridados, de acordo com o levantamento. A maioria dos produtores não possui seguro agrícola, o que os deixa vulneráveis a qualquer situação adversa.

514

* Căci poate, poate, poate, singur o replică de Franck n-avea "Fieftin H gale" transformată a cântărește de Lăpuș, cu mare, cu țărăștii, cu deșănțat.

RECEIVED: 24 SEP 1998

• Castor: Vemur (de que procedem as setas usadas para a caça) faz parte do grupo de animais de caça proibidos de ser comercializados. "A imagem mudou".

PROVA A VENTOS

4. **Unos milaneses e gine-
ses** chegaram Eduardo Co-
rreia, cuja produção em-
bora é marcada por uma
clara sensível e humana.

CHIEF

Keywords: breast cancer; breast self-examination; health beliefs; health status



— Um familiar do distrito
antes da Dama.

Fig. 49: A Brasileirinha (O Globo, Rio de Janeiro, 3 abr. 2004).

À GUIA DE CONCLUSÃO

O *olhar paisagístico*, tal como apresento nesta pesquisa, é um modo de olhar para o Brasil dando-o a *ver* como uma composição paisagística pronta para ser apreciada em seus encantos originários. Ele se fez presente, na nossa história, desde os tempos coloniais. Hoje, reciclado e revitalizado, é encontrado na iconografia midiática que se vê publicada em jornais, revistas e propagandas. Essas imagens, que chamo de novas iconografias, são um forte instrumento para manutenção de signos que corroboram e auxiliam os discursos hegemônicos na construção da identidade cultural brasileira. É marcante, ao longo da história do Brasil, como a iconografia torna visível uma ambigüidade metaforizada por cenários paisagísticos semelhantes ao que são descritos pela letra do Hino Nacional ou por pinturas históricas e imponentes que documentam os acontecimentos heróicos de nossa tradição e traduzem a forma como o país foi imaginado: o belo, entre o calmo e o violento. Ou seja, a representação do país que se constrói pela tensão e se equilibra no choque do pitoresco com o sublime.

Aspectos seminais que apontam os mitos da simbologia da origem do país estão as estrofes do Hino Nacional, especialmente as que descrevem o episódio do dramático episódio da Independência, quando o príncipe D. Pedro torna-se Imperador do Brasil ao fazer ecoar seu “heróico brado” às “margens plácidas” do riacho do Ipiranga, tendo ao fundo, como complemento desse cenário paisagístico, os “raios fúlgidos”, exemplarmente ilustrado nas tintas do pintor Pedro Américo, em quadro datado de 1888, como se vê na figura 50.



Fig.50: O Grito do Ipiranga, Pedro Américo, 1887-1888. (Rodrigue, 2001: 149)

Esta tela se converteu em um ícone nacional, uma representação maior da Independência pela imponente documentarista do autor, à maneira dos antigos viajantes. Assim ela é aqui tomada como objeto de análise, pois, como já disse anteriormente, a vejo como uma síntese de como o país foi imaginado: *o belo, entre o calmo e o violento*.

Entre os pontos de questionamento que ela apresenta, penso de imediato na dubiedade dos olhares sobre história do Brasil, ou seja os da história que é narrada oficialmente e os de outra de domínio público, que é vivida no cotidiano. Isto aparece claramente no nome da tela em questão: o pomposo e imponente título, “Independência ou Morte”, associa-a ao sublime e grandioso momento histórico que retrata, já o nome pelo qual a obra é popularmente conhecida, “O Grito do Ipiranga”, traduz a forma coloquial e despretensiosa de evocar o momento em que D. Pedro dá seu grito de alforria. O título oficial manifesta uma concepção de país, traduzida pela imagem do orgulho e heroísmo de seu soberano às margens do Ipiranga, enquanto que o nome escolhido pelo público é direto e objetivo, dando a entender que o fato em si foi apenas um grito de libertação, nada mais, sem grandes sacrifícios e heroísmos.

Nesta ordenação do *belo, entre o calmo e o violento*, pode-se perceber, logo no primeiro plano do quadro, o contraste entre a placidez do cenário das margens do Ipiranga - o curso sereno e imutável das águas do riacho - e o céu plúmbeo crivado de luzes tremulantes e intermitentes - procedentes das descargas elétricas produzidas pelo entrechoque de nuvens carregadas - chamadas pelo linguajar parnasiano de “raios fúlgidos”. A primeira imagem evoca a a paz, a conciliação, o consenso político e social que provavelmente corresponde à palavra *ordem* colocada no “lábaro que ostentas estrelado” da bandeira brasileira, lado a lado com a palavra *progresso* que estaria associada ao curso sereno e imutável das águas do riacho. Ambas metáforas travam forte contraste com a idéia do fato histórico que é dramatizado.

Há que se notar também a presença curiosa e abúlica, na condição plena de figura humana naturalizada como paisagem natural, de um carroceiro negro à esquerda e em baixo da cena, assistindo à cena insólita, espantado, sem muito entender o que se passa. Ele é parte do conjunto principal da composição no quadro de Pedro Américo que, conscientemente ou não, o inseriu na cena como alegoria do povo brasileiro, dando cor local e retratando a placidez usual daquelas paragens, perturbada pelo acontecimento. O olhar do carreteiro nos leva diretamente a D. Pedro I, espada erguida sobre a cabeça, desferindo o “heróico brado”, como está na letra do Hino, ato que é realçado pela disposição em semicírculo de um destacamento de cavalarianos da guarda imperial, cognominados de “Dragões”.

Essa bipolaridade, presente no quadro acima, é vinculada a uma fabulação ancorada na paisagem natural e que constrói nosso mito de origem. Um mito que vive e se transforma dentro de um jogo de tensões entre dois pólos: de um lado um país que se pressupõe harmonioso e vive num ambiente de calma e tranquilidade, de outro o que tenta esconder, negar e ofuscar sua face violenta, sinistra e ameaçadora, e que aparece constantemente na mídia atual. O noticiário (jornal, rádio ou televisão) diário tem a função básica de ser intermediário entre indivíduos ou grupos de indivíduos, fazendo com que esses grupos de alguma forma se relacionem a partir da notícia veiculada. Por ser um dos principais meios de comunicação, não pode escapar de transmitir e sedimentar mitos e significações próprias do imaginário, levando a opinião pública à ilusão de estar participando na construção de determinadas formas de pensar o social.

O insólito, sublime e abominável da identidade brasileira também transparece claramente na mídia brasileira, como se vê na capa do *Jornal do Brasil* do dia 15 de Novembro de 2004 [fig.51], coincidentemente 115 anos depois da Proclamação da República. Ali se estampa a notícia da revolta da torcida rubronegra com os jogadores de futebol do Flamengo, no momento da chegada dessa equipe ao Aeroporto Santos Dumont, no Rio de

Janeiro. Logo abaixo, em foto de meia página, está a revolta da natureza, uma ressaca marítima na orla carioca com o título de “Rebelião no Mar”. Esse conjunto associa claramente a violência da beleza natural de grandes ondas cor de esmeralda, com as diversas rebeliões presentes no cotidiano social, servindo de metáfora para representar paisagisticamente, em um cenário jornalístico, a imposição da força (seja dos homens, seja da natureza) em mais um dia na vida brasileira.



Fig.51: Rubro-negros em fúria e Rebelião do mar (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p.1, 15 nov. 2004)

Muitos são os exemplos, presentes na mídia, da combinação entre violência e beleza, mediadas pela composição paisagística. De um modo mais sutil, ela está no caderno Imóveis do *Jornal do Brasil* (edição de domingo, 29 de novembro de 2004), o qual, publica uma reportagem, que é um marketing indireto de novos empreendimentos na Barra da Tijuca. Com o título de “Moradores sem estresse”, a matéria apresenta um novo estilo de morar em condomínios que, supostamente, protegem seus moradores das tensões provocadas pela violência urbana, fora do eixo dos bairros movimentados do Rio. A foto que ilustra [fig. 52] mostra um casal fazendo, sincronizadamente, um movimento de ioga, nas margens (plácidas?) de um lago. O casal, no depoimento ao jornalista, declara-se livre do claustrofóbico ambiente de Copacabana, uma vez que o condomínio “se propõe a ser mais do que um simples lugar para morar, promovendo um convívio cada vez maior com natureza”.



Fig.52: Moradores sem estresse (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, caderno Imóveis, 14 nov. 2004)

A natureza nessa foto é similar à do primeiro plano do quadro de Pedro Américo, plácida, calma, pacífica nas margens do lago, enquanto que Copacabana, bairro da Zona sul do Rio, tradicionalmente conhecido pela beleza de sua praia e dos morros que a serpenteiam, torna-se, insinuada na fala do casal, “sufocante”, local do estresse, do perigo, da violência, da claustrofobia dos “raios fúlgidos”, em função da densidade demográfica e da mistura de classes sociais - o que para muitos moradores do bairro é, justamente, um dado positivo pela convivência, acolhimento e sociabilidade entre diferentes tipos de pessoas.

Ainda há, paradoxalmente, casos onde a indústria imobiliária lança imóveis em bairros da Zona Norte carioca (conhecidos pejorativamente como locais *suburbanos*), desprovidos de praia e longe das encostas verdes das montanhas da Serra do Mar. O empreendimento que aqui analisarei é situado em Vila da Penha, lugar muito próximo a complexos de favelas, dominados pelo narcotráfico - como o Morro do Alemão, por exemplo - mas, esse cenário é refeito pelo cartunista Ique, na seção Classificados do jornal *O Globo*, de 12 de novembro de 2004, onde o anúncio saiu publicado. Ali, o desenho de humor transplanta a natureza artificialmente, como mostra a figura 53, desenhada nos moldes de uma selva tropical estilizada, um cenário de fábula para crianças, um clichê estético pertinente ao universo das histórias em quadrinhos para representar florestas tropicais, mas que exclui, deliberadamente ou não, ícones da paisagem local profundamente relacionados com a história e identidade cultural do bairro, como o outeiro em cujo cume fica situada a conhecida e visitada Igreja de Nossa Senhora da Penha.

Morando aqui você também vai ver a vida com mais bom humor.

ULTIMA TORRE DO MAIOR SUCESSO DA VILA DA PENHA

Clube Privativo de 1.500 m²:
 Piscina infantil e adulto
 Quadra poliesportiva
 Salão de jogos - Churrascarias
 Salão de festas - Playground
 Salão de ginástica - Sauna

VILA FLORENÇA

2e3
 quartos
 A partir de
 R\$ 87mil

Até 120
 meses
 para pagar

Fig.53: Lançamento imobiliário, Condomínio Vila Florença (O Globo, Rio de Janeiro, caderno Classificados, 12 nov. 2004)

Ao abrigo do muro que contorna o condomínio, quase à maneira de uma penitenciária tida como “de segurança máxima”, o cartunista desenhou um ambiente à beira da piscina, densamente povoado por supostos futuros moradores. Esses são satirizados em forma de caricaturas, repletas de chistes humorísticos, mostrando deslizes de possíveis comportamentos anti-social ou falta de educação e compostura que estariam sendo praticados pelos “suburbanos” que ali residiriam. O cartunista os dá a ver pejorativamente como pessoas de uma categoria social que não possui etiqueta, no sentido de uma urbanidade consensuada pelas elites e as classes médias, desprovida de “bons modos”, atitudes essas que muitas vezes estão associadas ao modo de ser e viver do interiorano, genericamente chamado de “jeca”, “caipira”, ou numa numa gíria urbana mais recente, de “brega”. Mas, para quem vive no contexto cultural do anúncio, esses comportamentos caricaturais são aceitáveis, mesmo risíveis, e o objetivo final da propaganda seria induzir os candidatos a moradores ao desejo, pois “morando aqui você também vai ver a vida com mais bom humor”, como se lê na janela em negrito no alto à esquerda do anúncio.

É interessante observar detalhes do desenho: um jovem puxa o fio do sutiã de uma moça branca, em primeiro plano, enquanto um pouco mais atrás um menino negro com uma camisa de jogador de futebol esconde um picolé, provavelmente surrupiado de uma criança de colo que chora, desesperada. Além desses casos que mostram bem o modo pitoresco e grotesco de como o suburbano é visto no senso comum e descrito pela publicidade, também aparecem na ilustração outros personagens caracterizados vulgarmente como “gaiatos”, ou seja, desajeitados socialmente para os parâmetros das elites; muito próximo da maneira pela qual Debret e Rugendas desenhavam cenas de escravos de ganho nas ruas do Rio antigo: estereotipados na forma um tanto grotesca de personagens teatrais, imagens-clichê de uma comédia de erros.

Esta simpática caricatura de beira de piscina de um condomínio fechado na zona norte da cidade, define de modo artificial, estilizado e sintetizado, a típica suburbanidade com a qual determinados sujeitos se identificam, mesmo que já não morem naquelas paragens, em decorrência de um “*upgrade* social”. Entendo essa ambiência como uma *paisagem* familiar pelas características identitárias vinculadas à convivência pacífica entre vizinhos, mesmo que sejam de diferentes classes sociais, gêneros e raças. Enfim, é uma forma de ratificar o chavão da miscigenação como característica hegemônica de uma “brasilidade popular”.

No âmbito da indústria do turismo a combinação entre violência e beleza também surge freqüentemente na mídia. Ela aparece em discursos revitalizados de representantes da indústria hoteleira, os quais usam os mesmos artifícios construídos pelo *olhar paisagístico* dos viajantes, para tentar resolver ou amenizar a grave crise que ameaça o setor, causada pela violência urbana, amplamente noticiada na imprensa e que anuncia um índice de quatro ou mais turistas assaltados por dia no Rio de Janeiro. Assim, visando abafar o lado negativo e “mudar a imagem do Brasil no exterior”, foi lançada pela Empresa Brasileira de Turismo uma campanha publicitária (“Em cima da Hora”, *Globo News*, em 29/12/2004). Segundo o porta-voz da empresa, essa campanha mostrará imagens cinematográficas exibindo, pelas redes de televisão mundo afora, “as belezas naturais” do país, “buscando aquele turista que vem com dinheiro para gastar a fim de conhecer as belezas naturais do país e não praticar, o chamado turismo sexual” que, conforme sua opinião, seria o maior responsável por colocar estrangeiros em risco de serem assaltados.

O que se percebe na fala do empresário é a preocupação de repor ou reconstituir a velha imagem do país e da brasilidade, que emerge a partir de uma visão exótica e paradisíaca, absolutamente vinculada ao *olhar paisagístico* tradicional, cuja proveniência, conforme mostro neste trabalho, está na iconografia viajante.

Associados a esses discursos de resgate da velha imagem-clichê do país paradisíaco, os mesmos jornais que estampam a face hedionda da violência urbana em suas manchetes, procurando contrapor e amenizar essas mensagens com supostas pesquisas de opinião que ouvem os turistas que freqüentam a cidade. Esse foi o caso da matéria de título “Olhar Estrangeiro” - título que, imediatamente, remete para todo o processo histórico de construção da nossa identidade cultural -, do suplemento “Zona Sul” de “O Globo” de 2 de novembro de 2004, a qual pretende esclarecer a questão da influência negativa da violência urbana no Rio sob o ponto de vista do turista, como se vê na figura 54.



Fig.54: Olhar estrangeiro (O Globo, Rio de Janeiro, caderno Zona Sul, 2 dez. 2004)

Segundo *O Globo*, apesar dos assaltos, os turistas continuam a chegar à cidade, provavelmente, porque querem usufruir as belezas naturais e das praias, o que por si só valeria a pena enfrentar os perigos existentes nas ruas do Rio, tal como são divulgados pela mídia nacional e internacional. Como a segurança pública é considerada ineficiente para proteger os viajantes, as agências de turismo produziram uma cartografia urbana da violência carioca e desenvolveram estratégias com a finalidade de evitar danos maiores e prevenir os riscos, especialmente os mais comuns que são os assaltos nas ruas.

Andar em grupo, freqüentar lugares bem iluminados e evitar outros considerados de extrema periculosidade, são algumas das medidas adotadas para minimizar os efeitos da imagem negativa do Rio para o estrangeiro que aqui chega. Em consequência, alguns lugares são evitados e desaconselhados, enquanto outros, considerados seguros, tornam-se privilegiados na programação das agências.

Do lado dos governantes as iniciativas visam “revitalizar a cidade aos moldes de um centro histórico-cultural”, criando ilhas cenográficas e paradisíacas dentro do melhor estilo de uma *cidade-paisagem*, tendo a Disneylândia como paradigma. Só que as ações “revitalizadoras” da cidade persistem na mesma trilha que Pereira Passos seguiu no início do século XX, deixando deliberadamente de lado a implementação de políticas sociais que, junto com esse patrimonialismo arquitetônico e “cultural”, contemplassem a cidade como um todo. Refiro-me, especialmente, às políticas habitacionais, ao transporte público, à saúde, à segurança pública, e ao saneamento básico que integrariam, na urbanidade, enormes parcelas da população, sobretudo as mais pobres e carentes.

Vale acrescentar ainda que, esse exemplo do Rio de Janeiro está sintonizado com as políticas de cidades como Barcelona, Roma, Nova Iorque e muitas outras que, pelo mundo afora, conseguiram relativizar a violência que ameaçava suas imagens. Por isso mesmo, tal proposta vem sendo aplicada a muitas outras cidades, que também são consideradas exóticas

aos olhos estrangeiros, sobretudo as que possuem “belas praias paradisíacas” que serpenteiam a costa brasileira. É o caso, principalmente da região nordeste e suas capitais: Salvador, Fortaleza, Recife, Maceió, Aracajú, São Luiz, João Pessoa, Natal e seus respectivos arredores, ainda pouco povoados.

Para além desses casos, onde os eventos nas ruas ilustram as grandes tensões sociais existentes no país, o *olhar paisagístico* dos viajantes continua emergindo sublimando, dirimindo e/ou minimizando iconograficamente o aspecto negativo e brutal dessa realidade.

Esse é o caso do artista plástico Carlos Augusto (*O Globo*, 2/12/ 2004) que reúne, na exposição “Rio: cartão postal do planeta”, 20 telas com pinturas de regiões costeiras do Estado do Rio: a Costa Verde, a Costa Azul e as serras, além das praias da capital. Em seus trabalhos, ele procura produzir simulacros estilizados, tecnicamente aproximados das escolas neoclássicas e românticas, daquilo que foi a produção pictórica do século XIX. Para tal, emprega uma técnica ilusionista que provém do realismo acadêmico, sem nenhuma perspectiva crítica, simplesmente procurando provocar o encantamento do público espectador para a beleza preexistente no senso comum.

São imagens que trazem cenários exóticos, selvagens e desabitados da região fluminense, tais como teriam sido encontrados pelos viajantes oitocentistas. [fig.55] Em outras palavras, o artista retrata o pretérito - ou seja, aquilo que supostamente seriam esses cenários em épocas passadas -, produzindo pastiches fetichizados de algo “invisível” aos nossos olhos, que, hoje, só se apresenta como fabulação, lenda, mito ou pura fantasia e povoa o imaginário social nesses cinco séculos de construção da iconografia paisagística hegemônica.

Divulgação



EXPOSIÇÃO: *Paisagens do estado exibidas em telas*

- A Galeria Rembrandt apresenta, até o dia 11, a exposição “Rio: cartão-postal do planeta”, do artista plástico Carlos Augusto. A mostra reúne 20 telas que retratam regiões como a Costa Verde, a Costa Azul e as serras, além das praias da capital. De segunda a sábado, das 10h às 18h. A galeria fica na Avenida Atlântica 4.240, loja 212, no Shopping Cassino Atlântico, em Copacabana. A entrada é franca. Telefone: 2227-6983.

Fig.55: Paisagens do estado exibidas em telas (*O Globo*, Rio de Janeiro, caderno Zona Sul, p.41, 2 dez. 2004)

De um ponto de vista crítico, Mário Zavagli revive a saga dos viajantes tomando a paisagem mineira como tema. Utilizando aquarela com a maestria dos artistas novecentistas, de forma irônica cria postais que supostamente foram enviados pelos mestres viajantes como Rugendas, Taunay, Florence, Ender e outros grandes paisagistas que percorreram esses mesmos territórios durante o século XIX, como aparece na figura 56, convite para a Exposição “Paisagens e Retratos”, comemorativa do 53º aniversário da Cemig, realizada em 18 de maio de 2005.



Fig.56: paisagem Diamantina, Caminho para Araçuaí, Mário Zavagli, 2004 (Convite exposição, Espaço Cemig, Belo Horizonte, 2005)

Um exemplo atual dessa narrativa fabulada da paisagem exótica tropical, hoje invisível, é a foto de Paulo Nicolella publicada no *Jornal do Brasil* em 13 de janeiro de 2005, que ilustra a matéria “Em meio às brumas”. [fig.57] A legenda - “nem a neblina que cobriu o Pão de Açúcar afastou os visitantes de um dos mais belos cartões postais da cidade” - dá a entender que a concretização da visão da paisagem real é menos importante do que a crença em sua magia como visão exótica, bastando apenas estar no ponto em que ela é alcançada e mostrada pelos cartões postais. Ou seja, por se tratar antes de tudo de uma imagem-clichê já é preexistente no imaginário do turista, basta estar lá, no alto do Pão de Açúcar, um dos principais mirantes do Rio para ser imaginada em suas supostas belezas naturais.

JORNAL DO BRASIL 1891
www.jb.com.br

ANO 114 • Nº 278 RIO DE JANEIRO • QUINTA-FEIRA, 13 DE JANEIRO DE 2005 2ª SEGUNDA EDIÇÃO

Turismo do Rio ganha verba extra

Convênio de R\$ 6,6 milhões entre governo federal e prefeitura inclui ensino de inglês e treinamento de taxistas

EM MEIO ÀS BRUMAS



Para superar o recorde de turistas no Rio registrado no ano passado — 1,8 milhão de visitantes — o governo federal e a prefeitura assinaram acordo de R\$ 6,6 milhões. O programa prevê treinamento de guias, ensino de inglês e espanhol para os profissionais que já atuam no setor e até qualificação de taxistas, especialmente para o Pan 2007. Em Niterói, a administração municipal vai utilizar câmeras para monitorar a cidade e combater a violência. PÁGS. A15 E A16

Fraudes esvaziam cofres municipais

Irregularidades respondem por boa parte da sangria dos cofres municipais. Rm 49 das 60 cidades fiscalizadas pela Controladoria-Geral da União no último mês de 2004, a verba pública desaparece em fraudes, com o pagamento de benefícios do Bolsa Família a mortos. PÁG. A3

Vale quer

NEM A NEBLINA, que encobriu o Pão de Açúcar atestou os visitantes de um dos mais belos cartões-postais da cidade. A Secretaria de Segurança quer aprimorar o serviço de escolta aos ônibus de turismo, com policiais armados e à paisana, a fim de evitar assaltos nas vias que ligam o aeroporto internacional à Zona Sul.

Fig.57: Em meio às brumas (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p.1, 13 jan. 2005)

Todo o material iconográfico, citado e analisado ao longo desta tese, traz à tona uma série de elementos que servem para mostrar como historicamente o *olhar paisagístico* tornou-se um aparato simbólico e é plausível afirmar que ele povoa o imaginário coletivo brasileiro e estrangeiro. É bom ressaltar que pelas evidências iconográficas, aqui apresentadas, foi possível ilustrar, desenvolver, configurar e comprovar minha hipótese inicial, de que a identidade cultural brasileira é impregnada pelas imagens traçadas pelos viajantes estrangeiros, desde a chegada das primeiras naus portuguesas.

Este aspecto, no entanto, ainda hoje não tem sido totalmente assimilado no Brasil e verdadeiros “intelectuais orgânicos” (no sentido de Gramsci) dos blocos dirigentes do país, exprimem sua opinião nos meios de comunicação, como afirma Sodré, ignorando como inconscientemente estão “atravessados por uma espécie de velha consciência eurocêntrica” (1999: 29). Sodré aprofunda, apontando o mal-estar desses intelectuais diante do real:

“a velha consciência elitista, até agora, convicta de seu pertencimento europeu, descobre com horror e medo o que as massas já sabiam há muito tempo, embora só o enunciassem na prática das liturgias cosmológicas, mitos, cânticos, danças, festas, jogos de continuidade simbólica: o país não tem uma, duas três ou quatro identidades (idéia falsa da tese dos “dois Brasil), mas uma dinâmica múltipla de identificações, evidenciadas pela forte heterogeneidade sociocultural da realidade sul-americana.” (Sodré, 1999: 30-31)

O Brasil, assim, se constitui identitariamente como um país plural e diversificado por seus múltiplos aspectos, inclusive por suas inúmeras, diferentes e distintas paisagens naturais e humanas, passíveis de transformá-lo num lugar do encantamento por suas belezas naturais, muitas vezes realçadas pela arquitetura vinda com a colonização européia. No Rio de Janeiro essa associação do belo - natural e construído - fica mais marcada, pois aqui se estabeleceu um reino europeu com a chegada da corte portuguesa e, mais tarde, pelas mãos de Pereira Passos, veio a se tornar uma Paris dos trópicos, podendo receber condignamente os inúmeros estrangeiros imigrantes ou turistas, sem riscos de serem atacados por doenças provenientes da insalubridade. Agora recebe a benção do Cristo Redentor, com seus “Braços abertos e tombados sobre a Guanabara”, como um presente inigualável nos seus 440 anos. [Fig.58]



Fig.58: Aquele abraço (*Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, caderno Cidade, p.A12, 2 mar. 2005)

Em síntese, muito embora seu enorme número de facetas identitárias, para efeito de demonstração genérica, no contexto midiático nacional e internacional, ainda nos dias atuais, continua emergindo um Brasil dado a *ver*, ou simplesmente imaginado, como *país-paisagem*, fixado na memória da história ocidental sob a ótica do exotismo eurocentrado cristalizado no momento de um de seus mais importantes mitos fundacionais: a *Descoberta*. Ou seja, visualizado como uma *terra nova*, parte do novo *mundo*, do périplo das grandes navegações dos séculos XV e XVI. Com isso significando um mundo à parte e, ao mesmo tempo complementar do continente europeu. Uma terra à primeira vista identificada ainda pelo viés de um modo de olhar exótico, colocado estrategicamente a uma determinada distância daquilo que o Ocidente (subentendendo a Europa, originalmente) conhece ou reconhece como integrante dos seus domínios territoriais, mesmo que isto se dê nos dias atuais, basicamente, nos planos socioeconômicos e culturais. O Brasil como um lugar no mundo que é identificado, de imediato, como um país cuja imagem se desvela contínua e permanentemente aos olhos da mídia: um “Brasil Redescoberto”, no contexto que lhe atribui a história ocidental. E, como tal, aparece na manchete da reportagem do Globo em 25 de março de 2005 [fig.59], que noticia o evento da mostra que marcou a abertura do ano cultural do Brasil na França.

Literatura: Dav
Browne fala da
vida após 'O código
Da Vinci' + 2

SEGUNDO CADERNO

Rock: Leroy
Kramer faz show
histórico em
Copacabana + 8

SEMANA DE CULTURA

Um país redescoberto

Exposição de 350 peças indígenas marca
abertura do ano cultural do Brasil na França



MAIS DE 350 peças indígenas expostas em um pavilhão no Museu da França, em Paris. Foto: AFP



O SALÃO DE SÃO PAULO recebe a exposição de arte indígena brasileira. Foto: AFP

Reportagem de
Jorge Benjor

Mas não é só a arte indígena que atrai o olhar da França. A exposição "Brasil Indígena" no Museu da França, em Paris, também é uma oportunidade para o Brasil mostrar ao mundo sua diversidade cultural. A exposição, que se encontra no Museu da França, em Paris, é a primeira de uma série de eventos que o Brasil está realizando em Paris para celebrar o Ano Cultural do Brasil na França.

A exposição "Brasil Indígena" é a primeira de uma série de eventos que o Brasil está realizando em Paris para celebrar o Ano Cultural do Brasil na França. A exposição, que se encontra no Museu da França, em Paris, é a primeira de uma série de eventos que o Brasil está realizando em Paris para celebrar o Ano Cultural do Brasil na França.

Quatro ministros e Jorge Benjor

A abertura do ano cultural do Brasil na França, em Paris, é marcada por uma série de eventos que o Brasil está realizando em Paris para celebrar o Ano Cultural do Brasil na França. A exposição, que se encontra no Museu da França, em Paris, é a primeira de uma série de eventos que o Brasil está realizando em Paris para celebrar o Ano Cultural do Brasil na França.



A exposição "Brasil Indígena" é a primeira de uma série de eventos que o Brasil está realizando em Paris para celebrar o Ano Cultural do Brasil na França. A exposição, que se encontra no Museu da França, em Paris, é a primeira de uma série de eventos que o Brasil está realizando em Paris para celebrar o Ano Cultural do Brasil na França.

INDÍGENAS

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Exposição de arte indígena brasileira no Museu da França, em Paris.

Fig.59: Um país redescoberto (O Globo, Rio de Janeiro, Segundo Caderno, p.1, 23 mar. 2005)

BIBLIOGRAFIA

- A paisagem carioca*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Educação, Rioarte, Prefeitura do Rio, 2000.
- ABREU, Capistrano de. *Capítulos de história colonial (1500-1800) & Os caminhos e o povoamento do Brasil (1907)*. Brasília: Editora UNB, 1963.
- AMIN, Samir. *Eurocentrism*. Nova Iorque: Monthly Review Press, 1989.
- ANDERSON, Benedict. “Imagined Communities”. Londres: [s.n], 1983 in HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- ANDES, Dawn. “Os Artistas viajantes, a paisagem e representação do Brasil” in MARTINS, Carlos. *O Brasil Redescoberto*. Rio de Janeiro: Paço Imperial, 1999.
- Arte no Brasil*. São Paulo: Abril, 1982.
- AYALA, Waldir. *O Brasil por seus artistas*. São Paulo: Círculo do Livro, Rio de Janeiro: Nórdica, [19--].
- BANDEIRA, Julio. “Debret e a corte no Brasil” in MARTINS, Carlos. *O Brasil Redescoberto*. Rio de Janeiro: Paço Imperial, 1999.
- BELLUZZO, Ana Maria. *O Brasil dos Viajantes*. São Paulo: Metalivros, Rio de Janeiro: Objetiva, 1999. v.1.
- BHABHA, Homi. “Narrating the Nation”. Londres: Routledge, 1990 in HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- BRAGANÇA DE MIRANDA, J. A. *A Cultura como Problema*. Lisboa: Departamento de Ciências da Comunicação, 2001.
- BULHÕES, Antonio. *O Rio de Janeiro do Bota-Abaixo*. Rio de Janeiro: Salamandra, 1997.
- BURKE, Peter. *Testemunha Ocular: História e Imagem*. Bauru: EDUSC, 2003.
- CAMPOFIORITO, Quirino. *A proteção do Imperador e os pintores do Segundo Reinado 1850-1890*. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1983. História da pintura brasileira do século XIX, 4.
- CARDOSO, Sergio. “Olhar viajante” in NOVAES, Adauto. *O Olhar*. São Paulo: Cia das Letras, 1997.
- CARVALHO, José Murilo de. *A Formação das Almas*. São Paulo: Cia das Letras, 1990.
- FARIA, Regina Lúcia de. “A Paisagem Tropical como Experiência Cotidiana de Identidade Nacional” in *Anais do VIII Congresso da ABRALIC*. Salvador: ABRALIC, 2000.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1982.
- FREUD, Sigmund. *O Estranho*. Rio de Janeiro: Imago, 1976. (org. 1969).

- FREYRE, Gilberto. *Casa Grande e Senzala*. 18. ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editor, 1977.
- GOMBRICH, E.H. *A Historia da Arte*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- GREENBLATT, Stephen. *Possessões Maravilhosas: O Deslumbramento do Novo Mundo*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HOLANDA, Sergio Buarque de. *Visão do Paraíso*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.
- KURY, Lorelai, ROMERO SÁ, Magali. “Os três reinos da natureza” in BELLUZZO, Ana Maria. *O Brasil dos Viajantes*. São Paulo: Metalivros, Rio de Janeiro:Objetiva, 1999. v.1.
- KURY, Lorelai. “Viajantes-naturalistas no Brasil oitocentista: experiência, relato e imagem” in Raminelli, Ronald. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2001.
- LESSA, Carlos. “Dos cenários do Rio: de Calcutá Bárbara a Milão Tropical” in: LEITE, L.C. (org.) *Brasil: nação sequestrada*. Petrópolis: Editora Vozes, 1990.
- LIMA, Herman. *História da Caricatura no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963. v.4.
- MARTINS, Carlos. *O Brasil Redescoberto*. Rio de Janeiro: Paço Imperial, 1999.
- NAVES, Rodrigo. *A Forma Difícil*. São Paulo: Editora Ática, 1997.
- NIEMEYER, Oscar. *A Forma na Arquitetura*. Rio de Janeiro: Avenir Editora, 1978.
- NOVAES, Adauto. *O Olhar*. São Paulo: Cia das Letras, 1997.
- PICCOLO, Valéria. “As três raças do Império” in MARTINS, Carlos. *O Brasil Redescoberto*. Rio de Janeiro: Paço Imperial, 1999. p.64.
- PRATT, Mary Louise. *Os Olhos do Império*. Bauru, São Paulo. EDUSC, 1999.
- RAMINELLI, Ronald “Do conhecimento físico e moral dos povos: iconografia e taxionomia na Viagem Filosófica de Alexandre Rodrigues Ferreira” in RAMINELLI, Ronald. *História, Ciência,s Saúde – Manguinhos*. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2001.
- RAMINELLI, Ronald. *História, Ciência,s Saúde – Manguinhos*. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2001.
- REIS, José Carlos. *As Identidades do Brasil*. – de Varnhagen a FHC. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- RIBEIRO, Darcy. *O Povo Brasileiro*. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

- RICOTA, Lúcia. “A Visão da natureza em Humboldt” in *Rio Artes*, Rio de Janeiro, Secretaria das Culturas, n.33, ano 12, p.30, 2003.
- RODRIGUE, Joelza Éster. *História em Documento – imagem e texto*. São Paulo: FTP, 2001. v.7.
- ROUSSEAU. Jean-Jacques. *O contrato social e outros escritos*. [s.l.]: Cultrix, 1999.
- SAID, Edward. “Narrative and Geography” in HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- SIQUEIRA, Vera Beatriz, MOTTA, Marcus Alexandre. “Escritas de Viagem: girar sobre os próprios passos” in *A paisagem carioca*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Educação, Rioarte, Prefeitura do Rio, 2000.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a Cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.
- SOUZA, Octavio. *Fantasia de Brasil: As identificações na busca da identidade nacional*. São Paulo: Editora Escuta, 1994.
- SWINGLEHURST, Edmund. *A Arte das Paisagens*. [s.l.]: Ediouro, 1997.
- VARNHAGEM, Adolfo. “História Geral do Brasil” in REIS, José Carlos. *As Identidades do Brasil*. – de Varnhagen a FHC. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- ZANINI, Walter. *História Geral da Arte no Brasil*. São Paulo: Instituto Walther Moreira Salles, Fundação Djalma Guimarães, 1983. v.2.