

PAISAGENS ONÍRICAS*

Raphael Samuel**

Tradução: Maria Helena Janine Ribeiro

Vera Helena Prada Maluf

Revisão técnica: Déa Ribeiro Fenelon

É um testemunho interessante com relação ao apelo estético da trama do tempo que, no exato momento em que o álbum familiar ameaça passar para o limbo da história e o instantâneo ser substituído pelos CDs e vídeos, algo em preparo como a sua volta ou reencarnação se dê nas artes. Na própria fotografia, o instantâneo, com seu naturalismo no nível da visão, emoldurado sem arte e com ação espontânea, encontra partidários e defensores retardatários para ser visto como forma de arte popular moderna,¹ e mesmo para seus praticantes vanguardistas e autoconscientes. No rastro do livro *Câmera clara*, de Roland Barthes, a fotografia começa também a receber comentários críticos, embora até agora praticamente apenas quanto à periodização rudimentar e cronológica.² Historiadores sociais, ainda que tardiamente, começaram a reconhecer seus desafios como formas de representação e documentação que podem assumir, no todo,

* Publicado em *Theatres of memory: past and present in contemporary culture*. Londres, Verso, 1994, parte V, pp. 350-63.

** Historiador inglês, professor no Ruskin College, de Oxford, falecido em 1997.

1 Brian Coe e Paul Gates. *The snapshot photograph: the rise of popular photography, 1888-1930*. Londres, 1977, p. 14.

2 Peter Turner. *A history of photograph*. Londres, 1987, pp. 81-7. Graham King. *Snapshots as art*. Londres, 1978; *Say "Cheese": the snapshot as art and social history*. Londres, 1984; "Snapshot Chic". In: *Say "Cheese"*. Jo Spence e Patricia Holland (eds.). *Family snaps, The meaning of domestic photography*. Londres, 1991. Jonathan Green (ed.). *The snapshot*. Nova York, 1974. Julia Hirsch. *Family Photographs: content, memory and effect*. Oxford, 1981.

novas significações quando outras formas de conhecimento e entendimento chegam para sustentá-las.³ Significativamente o maior esforço sistemático para coletar fotos de família – em relação ao tempo, circunstâncias e fotógrafos – veio de um grupo de historiadores do trabalho.⁴

No cinema, a idéia de usar o álbum de família como artifício de moldura ou locação, poderia especulativamente ser remetida à seqüência “Rosebud”, em *Citizen Kane* (1941). Outra possível matriz é *Meet me in St. Louis* (1944), em que as gravuras de cartões postais dos anos 1900 foram empregadas para emoldurar a ação e reafirmar a dignidade de pequenas cidades da América. Mas isso sucedeu nos filmes nostálgicos de Hollywood dos anos 1960, com suas seqüências de créditos em novo estilo – dissolvendo visões do que estava por vir, que o instantâneo concretizaria. *Bonnie and Clyde* (1967) foi um exemplo importante, abrindo (para o clique da câmara) com séries de fotos emolduradas, pintadas e esmaecidas da pequena arma *dramatis personae* (aqui há algo da vida real e original, uma vez que Bonnie tinha o hábito de ridicularizar a polícia mandando-lhe instantâneos da gangue). Outro prestigioso exemplo, ao qual devemos argumentativamente a associação de sêpia com vinho fino foi *Buth Cassidy and Sundance Kid* (1969) – outro filme sobre foras-da-lei, embora este se passe no Wild West dos anos 1880. Verdadeiro para o seu período, deu cobertura extensa aos créditos do filme e introduziu as personagens nas convenções dos retratos vitorianos, tomados de frente, embora tenha esmaecido o próprio diretor dentro do adocicado calor da planície.

De um modo mais moderno (ou pós-modernista), desconstruindo a foto natureza em vez de animá-la, produtores de filmes experimentais e de vanguarda usaram um artifício similar na estrutura, lutando contra a sedução da imagem instantânea e contrariando os ícones da vida familiar com seu lado de claro/escuro. Assim, em *An angel at my table*, de Jane Campion, um camafeu de mãe e filho, semelhante à Madona, usado na seqüência dos créditos fornece um prelúdio selvagem e irônico para o que se torna uma crônica de três partes na descida em direção à loucura. Na narrativa de Terence Davies, *Distant voices, still lives*, uma prolongada despedida da infância do

3 Michael Ignatieff. *The Russian album*. Londres, 1987, pp. 1-7. George Perec. *W. ou le souvenir d'enfance*. Paris, 1975 (agradeço Lucy Morton pela referência). Estelle Jussim. “From the studio to the snapshot: an immigrant photographer of the 1920s”. *History of Photography*, vol. 1, no. 3, julho 1977, pp. 183-189.

4 Minha referência é o arquivo fotográfico Manchester Studies, em que ver A. E. Linkman. “Today’s photographs, tomorrow’s history: the work of the documentary photography archive”. In: Michael Hallett (ed.). *Rewriting photographic history*. Birmingham, 1989, pp. 33-5.

diretor do Liverpool Catholic, uma foto de família prefacia cada uma das seqüências em moldura congelada, deixando as personagens olharem fixamente de volta às lentes da câmara, quietas e silentes, enquanto de algum lugar fora da moldura – imagem separada e som – uma indistinta algazarra pode ser ouvida. Somente quando a câmara começa a se movimentar, imediatamente se põem em ação. *The close of the day*, o filme final da trilogia, embora adotando o cinema em vez do álbum familiar como sua metáfora visual de liderança, é, se algo, até mesmo mais icônico, com pouca coisa no curso da ação ou no discurso para distrair o olhar do observador. O diretor de fotografia do filme se preparou para isto, imergindo, ele mesmo, no idioma do trabalho da câmara do Kodak de 1950. O olhar monocromático do filme foi sustentado pelo uso de cores dos anos 1950, que, então, eram “dessaturadas” para dar o requisito cinzento do tema e do período.⁵

A foto da família tem sido, há muito, utilizada como artifício narrativo na autobiografia. Um aproveitamento mais complexo dela, como recurso de distanciamento do autor em relação a suas próprias lembranças tomou a dianteira, mais recentemente. Ronald Fraser, em seu *In search of a past*, usa-a em uma série de *flashbacks* para redescobrir algo reprimido e enterrado;⁶ Roland Barthes, em *Camera lucida* comenta que, precisamente por isto, o artifício é mais verdadeiro para a realidade do que a realidade poderia ser por si mesma.⁷

Um uso nostálgico, sem rodeios, do álbum da família é o da história oral, que o utilizou como artifício para a reconstituição familiar e abriu sulcos na memória. Em publicação popular, tal como centenas de livros e folhetos de reminiscência editados pelos projetos de história oral faça você mesmo, museus e imprensas locais, adota-se o formato do álbum de família. Publicações de editoração eletrônica e offset tornaram possível transformar palavras e figuras em interlocutores uns dos outros. Uma dúzia ou mais de folhetos de *The People's Autobiography of Hackney*, com títulos como *Coronation cups and jam jars*, são definitivamente casos bem conhecidos. Mais recentemente

5 Minha referência é o arquivo fotográfico Manchester Studies, no qual ver A. E. Linkman. “Today's photographs, tomorrow's history: the work of the documentary photography archive”. In: Michael Hallett (ed.). *Rewriting photographic history*. Birmingham, 1989, pp. 33-5.

6 Ronald Fraser. *In search of a past: the manor house, Ammersfield, 1933-1945*, Londres, 1984.

7 Roland Barthes. *Camera lucida: Reflections on photography*. Londres, 1984.

te, e mais notavelmente, pode-se apontar naquelas fotobiografias das vizinhanças e ruas que estão começando a aparecer, tal como *Scotswood Road* de Jimmy Forsyth, o sub-produto de uma notícia televisiva *Tyne-Tees* ou o *Hulme* de Shirley Baker.⁸

Velhas fotos – se bem que, na maioria, reproduções e não originais – desempenham papel ascendente na cultura doméstica, e deve haver, nos dias atuais, poucas casas sem elas. Como decoração, aparecem em toalhas de mesa e camisetas, canecas e pratos, calendários e agendas. No formato de vistas cênicas, figuras cômicas ou astros de cinema, elas mergulham nas caixas de correspondência como cartões de saudação ou chegam embrulhadas com os presentes. Os brinquedos de crianças podem usá-las; o quarto do adolescente pode ser guarnecido com elas.

Outro fenômeno novo ou relativamente novo no lar é a foto de família “restaurada”, antes meio esquecida em alguma gaveta ou acomodada em um álbum, mas, agora, aumentada e emoldurada, colocada no aparador ou pendurada na parede. Deve-se isto à moda de multiplicar efeitos decorativos e de época; de preferência se dirigindo mais ao atual entusiasmo pela história familiar e à ansiedade, particularmente notada entre o geograficamente móvel e o sociologicamente órfão, para reafirmar as raízes da família. Tipicamente, parece envolver parentes que há muito estão mortos ou se foram, não tanto no intuito de perpetuar a memória – como nos dias em que o funeral era a grande ocasião de distribuição de lembranças do morto – mas, mais, para criar um espaço simbólico e visual no qual se possa começar a materializar – tornando alguém, que antes não era nada além de um nome ocasional e distante – uma presença viva e diária. De acordo com um restaurador do East London, “Noventa por cento são velhas vovós”, e acrescenta que algumas delas dizem respeito a tanto tempo atrás como os anos 1890. Ele atribuiu as origens do comércio às ingenuidades dos crediários e sócios de clube (“*knocker boys*”) que usavam o engodo de restaurar gravuras para abordar possíveis clientes (“Alguma velha foto que você quer emoldurar?”). Seu recente florescimento deveu-se à confecção e venda de molduras “estilo vitoriano”, à multiplicação de emolduradores (não há menos do que três deles na Romford High Street) e à facilidade de que os estúdios fotográficos chamam “embelezamento” – isto é, a remoção de rachaduras e manchas de velhas fotos. Não menor é a demanda para o olhar da época: “Algumas pessoas pedem-lhe para serem feitas em sépia a fim de dar-lhes uma aparência

8 Jimmy Forsyth. *Scotswood road*. Newcastle-upon-Tyne, 1986. Shirley Baker. *Street photographs: Manchester and Salford*. Newcastle-upon-Tyne, 1989.

mais antiga”⁹. Primo em segundo grau a ser “restaurado” em foto familiar, colocado na parede, é o próprio falso. Em *Signs of the Times*, a presunçosa análise de interiores de época e modernos de BB2 (apenas a aristocracia escapava impune), as pretensas mãe e filha “vitorianas” não tinham fotos modernas da família, exceto uma tirada em costume de época, na Ideal Home Exhibition do *Daily Mail*. Possuíam, porém, aproximadamente uma meia dúzia de *cartes de visite* dos anos 1860, arrumadas como se fossem fotos da família.¹⁰

Fotos históricas também ocupam lugar na cultura de presentes, embora dificilmente possam competir com as gigantescas ampliações de animais e filhotes. “Cartões para presente de fotos reais, prontos para emoldurar” (como o produtor Harrogate de uma série as chama) finaliza o classificador (e o caderno de preços) nas lojas de cartões.¹¹ Algumas fotos se aproximam muito do tema da beira-mar (por exemplo, um indivíduo montando um jumento na praia); algumas parecem se recomendar pelo valor da idade (como, digamos, no retrato em sépia de um time de futebol eduardiano); outras, mais audazes, tiram suas imagens de estabelecimentos industriais e urbanos totalmente glaciais, compensando a tristeza pelo interesse amoroso (por exemplo, a figura Bert Hardy de um casal romântico em um cortiço) ou pela adição de legenda sentimental.

O cartaz fotográfico – as gigantescas ampliações de fotografia em branco e preto que aparecem tão comumente nas lojas Athena, nas papelarias de arte e nas galerias de fotos e cartazes, como também em edições piratas, nas feiras (há uma banca inteiramente dedicada a elas nas manhãs de domingo em Petticoat Lane) e nos estandes da West End, à noite – endereçado a um público mais sofisticado: jovial e culturalmente dissidente, ultramodernista (mesmo se muitos dos cartazes forem o trabalho de fotógrafos franceses humanistas dos anos 1940 e 1950), lado a lado o trabalho futurista (experimentalistas de Manhattan, tal como Mapplethorpe, figuram ao lado de Doisneau, Izis e Brassai). As próprias figuras são uma espécie de mercado superior dos astros do *rock* que decoram as paredes dos quartos do adolescente. Realista na forma e plebeu nas montagens, o espírito destas fotos é, alternadamente, blakeano e byroniano, com

9 Informações de Clapton Colour Service, E5, e Harlequin Studios, Bethnal Green Rd., E2, agosto 1992.

10 *Signs of the time*. BBC2 [sic], 28 de agosto 1992. Nicholas Barker. *Signs of time*. Londres, 1992, é o livro da série.

11 As fotos em questão, a julgar pela pouca quantidade de exemplares nas livrarias, continuaram a atrair tanto esportistas quando pedófilos – uma foto máscula de um time de futebol de 1900, na qual os jogadores estão lado a lado com crianças eduardianas nuas.

apelo especial, pode-se pensar, para o melancólico. Elas se arrastam suavemente sobre os paralelepípedos das ruas dos velhos quarteirões revolucionários de Paris, como Montmartre, Belleville e Ménilmontant; são coladas nas janelas das *brasseries* e bares; e passeiam à meia-noite ao longo do Sena. O mercado para estas fotos é internacional, embora pareça que sua produção e distribuição sejam um negócio profundamente ligado a Paris e a Londres. De acordo com Michael Bowmer, do Art Group, um dos distribuidores, o gosto por estes cartazes combina bem com “móvel preto-acinzentada” e cadeiras tubulares de aço.¹² O público atendido é tanto o feminino como o masculino. *Le Baiser à l’Hôtel de Ville*, de Doisneau, é aparentemente o “*best-seller* de sempre” entre os favoritos, enquanto outros, como *Lost dreams* ou *Goodbye my love* (uma garota vagando desconsoladamente em um parque enevoado), dificilmente parecem atrair os Iron Men.¹³

Fotos de “vistas” – a maior fonte individual dos cartões postais “históricos”, como, na verdade, do trabalho de reprodução de todas as espécies – nada têm em comum com a ampliação, contribuindo para um público tradicional muito maior e inconcebivelmente mais heterogêneo. Seu interesse é histórico e topográfico mais do que sentimental e romântico; seu estilo determinantemente documental se preocupa em preencher, com o máximo de informações visuais, um mínimo de espaço. Quando fotografam a rua principal – uma vista favorita –, eles estão mais preocupados com os nomes das lojas do que com a atmosfera ambiental. Crianças se aprontam respeitosa para encarar a câmera, mais do que – como em Doisneau – em escalar as fontes ou se dar as mãos em torno do riacho. Por ora seu tema, mesmo mais resolutamente do que o *Front Popular* de Paris, é um mundo que foi irrecuperavelmente perdido – um mundo no qual os ônibus londrinos e bondes competem pelo espaço urbano, no qual montes de feno e sebes emolduram as vistas cênicas, no qual terraços estão intactos e há pescadores verdadeiros nos cais.

As “vistas” históricas não são unicamente populares para o público em geral; são, também, muito úteis para os negócios e, em particular, para o comércio a varejo. Há, na verdade, toda uma indústria com retaguarda computadorizada que supre os *pubs*, restaurantes e hotéis com velhas fotos de suas regiões geográficas, retratando de modo

12 Informação oral, Michael Bowmer, *Poster of art internatioanal*, julho de 1992.

13 A respeito de Doisneau, *Un certain Robert Doisneau, la très véridique histoire d’un photographe raconté par lui-même*, Paris, 1986; há um álbum da galeria Gordon Fraser de 1980 sobre suas fotos. Infelizmente, soube-se que o casal do “Le baiser” eram atores (Obituário, *Independent*, 2 de abril de 1994).

ideal as próprias premissas (reproduções em fac-símiles de mapas vitorianos parecem ser supridas nos mesmos termos, e pelas mesmas firmas). Hoteleiros os fotografam, do mesmo modo como teriam antigamente posto chifres de veados no *hall* ou varas de pescar nas paredes. Supermercados os usam, mais ocasionalmente, para ampliações. Nas estradas, os restaurantes Little Chef cruelmente os estandarizaram, usando-os como adornos, mobília e cardápio, e engrinaldam as paredes com cenas locais. Nos *pubs*, a escolha de fotos históricas é sistemática, tomando como base, algumas vezes, o nome do *pub*, outras vezes o da localização, mas, freqüentemente, parece, o da fantasia do licenciado ou do montador da loja. Assim *The Edinburgh Castle*, Camden Town, um *pub* que exceto pelo nome não tinha associações conhecidas com a Escócia, possuía impressionantes figuras da virada do século do Edinburgh Wynds e mostra a Princes Street e o monumento escocês romanticamente espiralado nas névoas. Os *pubs* do East End parecem convencidos a ser o mostruário mais apropriado: aqueles que ilustram cenas antigas de bairros pobres – se bem que, no caso do *The Owl and Pussycat*, Redchurch Street, tenha seguido o Edwardian (ou anos 1920) Salford de preferência ao Shoreditch ou Bethnal Green. O *Woodin's Shade*, uma estalagem “vintage” na esquina da Middlesex Street e Bishopsgate, tem um painel dilacerante: “Times for ‘Lights Out’ at Salvation Army Barracks Blackfrairs” (a foto de um quarto cheio de homens em seus caixões de defunto); “*Women Cycle Factory Workers*” (mulheres inclinadas sobre seus trabalhos); *East End Tailor's Sweatshop* (uma foto possivelmente reproduzida da Sweated Industries Exhibition de 1906); *Waiting for Work in East End*; *Waiting for Food Parcels*. O painel na parede adjacente é talvez mais alegre, uma imagem mostrando um bloco de cortiços; outro, a melancolia de Smith e Thomson, negociantes de rua.

Os retratos de cenas antigas da rua principal nas caixas de supermercado parecem ser o equivalente fotográfico de uma placa azul comemorando alguma atividade pré-histórica que teve lugar, possivelmente no mesmo local, antes que se ouvisse falar do moderno varejo. O mural Club Row, em Bethnal Green Tesco – a ampliação de uma cena fotografada em 1930 –, é uma perfeita antítese do negócio moderno, com nenhuma rua ou bonde à vista, mas com um oceano de rostos. Em lugar de lojas, há um mercado ao ar livre com todas as peculiaridades de feira. Consumidores (se é que eram) são de longe ultrapassados pelos espectadores reunidos em número imenso na confluência das ruas. A multidão é quase exclusivamente masculina, com muitos cachorros, tanto com coleiras como sem elas (O Club Row era então o maior mercado de animais caseiros

para o East London, bem como o ponto de reunião de um exército de vendedores de objetos de segunda mão).¹⁴

Pode-se sugerir a mesma dialética negativa à relação entre as fotografias de “vistas” e o espírito do lugar. Elas parecem ser apreciadas como memoriais aos que partiram, mais do que por serem elos vivos com o presente. Desta forma, os cartões topográficos à venda nos mercados, leiloados em feiras de colecionadores, trocados em clubes e examinados pelos domingueiros curiosos que lotam os corredores da estação London Bridge – fotos “reais”, como são chamadas no comércio – têm valor de acordo com a radicalidade da mudança que a cena tenha vindo a sofrer. “Se a estrada de ferro não existe mais, e a estação passou a ter outro uso, a fotografia original será mais valiosa”¹⁵. As paisagens de rua são avaliadas sob os mesmos critérios: maior a destruição do ambiente, maior sua avaliação. Assim, de acordo com o escritor do *Picture Post*, igrejas, mansões, e prédios públicos – a menos que tenham sido destruídos providencialmente – constituem achados, e se “algo não está mais conosco”, inclusive prédios mais recentes, “mesmo se estiverem totalmente destruídos ou mudados” tornam-se barganhas.¹⁶

A escolha de fotos nos álbuns locais segue os mesmos critérios, mostrando o subúrbio em desenvolvimento e cidades pequenas aspirando foro maior. Os compiladores de álbuns de cidade – quase sempre bibliotecários locais –, parecem movidos por um tipo de nostalgia municipal; reportam-se carinhosamente à época em que “as autoridades locais tinham mais poder do que hoje”. As fotografias das usinas geradoras de eletricidade e de Agências fazem com que os leitores lembrem-se que há muito tempo os bairros da cidade produziam sua própria energia elétrica: os passeios públicos a céu aberto fazem lembrar o tempo em que o princípio do prazer era parte integrante da política de saúde pública. Eles se demoram amorosamente diante desses monumentos que testemunham o orgulho público com relação a, por exemplo, balneários Art Nouveau, salas públicas de leitura; outras fotos reproduzem a glória das cerimônias de lançamento de pedras fundamentais que atraíam milhares de pessoas ou mostram as escolas dominicais reunindo-se para seus *Whit Walks*, ou o corpo de bombeiros exibindo

14 A megaloja The Tesco em Abingdon, Berks tem a “Stevens Boatyard”, foto de cena de rio em 1885; foto de loja de bicicletas em 1911; uma das várias casas de madeira de 1880. A Tesco’s High Wycombe tem uma cena antiga de rua principal e uma ampliação enorme de cortiço.

15 Anthony Byatt. *Collecting picture postcards*. Malvern, 1979, p. 9.

16 *Picture postcard monthly*, junho de 1980.

seus novos equipamentos. Todos estão sempre alertas a qualquer coisa que, pelo seu desaparecimento subsequente, possa ser chamado de “pitoresco” – lojas com fachadas abertas e barracas esparramadas pela calçada; a multidão do Wake Monday ou a parada da igreja Metodista.¹⁷

O subtexto em muitos álbuns deste tipo é o da sociabilidade perdida – são “cenas de animação”¹⁸, reproduzidas com tanto orgulho nas fotos de colecionadores de cartões postais e tão ausentes nas sociedades cada vez mais centradas em lares individuais e na sociedade privatizada. A “grande quantidade de cartões postais associados à vida rural”, a maneira como um colecionador carinhosamente os chama, parece estar ligada ao campo cheio de pessoas ocupadas com a colheita e preparo do feno. As fotos escolares, “a lembrança mais característica”, tornou-se antiga em uma época em que, em muitos lugares a foto das classes foi abolida ou substituída pelas fotografias coloridas de cada criança individualmente; as “fileiras de alunos atentos e bem comportados, sentados nas carteiras”¹⁹ parecem distantes da pedagogia que coloca meninos e meninas juntos, dividindo um microscópio ou o teclado de um mesmo computador. Um choque visual, e, sem dúvida, um prazer visual também, encontrado nesses álbuns é o espetáculo das multidões se reunindo em um número inimaginável para os padrões atuais. Zombadas na época por serem consideradas manifestações do instinto de rebanho, tornaram-se, retrospectivamente, tão alienígenas quanto as criaturas espaciais. Podemos tomar como exemplo – a foto – uma favorita nos álbuns – do mar de rostos em Tower Hill, quando lá se reuniram os portuários, erguendo seus chapéus no momento em que Ben Tillet bradou aos céus pela derrubada de Lord Devonport (presidente da empresa do porto); ou a fotografia de acampantes em férias em Butlin, sentados (como sugere a foto de 1946)²⁰ às centenas em mesas de café da manhã.

A nostalgia, a saudade é famosa, não no que diz respeito ao passado, mas com relação à ausência ou à “falta” no presente. Podemos localizá-la na infância, mas, como ocorre com o medievalismo do século XIX (ou helenismo do século XX), ela nos faz

17 “The picturesque open Butcher’s Shop”, David Mander e Jenny Goulder. *The London, borough of huckney in old photographs, 1860-1960*. Stroud, 1991.

18 Martin Willoughby. *A history of picture postcards*. Londres, 1992, p. 83. *Picture postcard monthly*, junho de 1980.

19 Cpln e Tim Ward. *Images of childhood in old postcards*. Gloucester, 1991, pp. 43-4.

20 Reproduzido no *Observer*, 30 de agosto 1992.

lembrar lugares históricos inconcebivelmente mais remotos que parece estar implícito no caso das fotografias antigas não seria a volta ao passado – pelo menos o passado lembrado – e, menos ainda, como sugerem os compiladores dos álbuns locais, agarramo-nos a ele na medida em que as coisas desaparecem diante de nossos olhos: o que ocorre é que procuramos criar um paraíso perdido. Como no caso da história de família, em que as pessoas geograficamente móveis e socialmente órfãs, pesquisando suas “raízes”, descobrem ancestrais mais glamourosos e mais interessantes que seus antecedentes imediatos; nesses casos, as fotos antigas não são exatamente memórias vivas, criam um espaço aleatório, e, fazendo uso da imaginação, levam-nos até elas. Para muitos seria uma época em que as pessoas apreciavam uma forma de vida mais “natural”; quando os prazeres, embora poucos, eram feitos pelas próprias pessoas; quando as crianças pareciam crianças; o trabalho, mesmo se cansativo, enobrecia. Para outros, examinar retratos das pessoas nas carroças ou fotos de pessoas ceando em suas casas – nada mais característico no atual reflorescimento do que os de instantâneos de ruas secundárias – pode significar um tempo de plenitude perdida, época em que as grandes famílias eram flanqueadas por grupos de serviçais leais (retratos de grupos de criados da família são sempre as imagens mais impressionantes em livros como o *The Servant's Hall*, dedicado inteiramente a eles)²¹ e quando os comerciantes com seus empregados ficavam parados na porta de seus estabelecimentos ansiosos por satisfazer as necessidades dos clientes. Em um aspecto mais dionísíaco, o observador encontra imagens de lazer dos operários, como, por exemplo, as festas de coroação e do Dia do Armistício, festas da cidade, piqueniques vitorianos e regatas, e, no caso da diáspora inglesa, cenas de luxo proconsular.

Sendo fotografias, estas imagens não deixam de representar, ou ser, o real. Sua diversidade depende da necessidade da forma das coisas a virem a ser. Porém, o que sempre parece acontecer com a reprodução das fotos de época é sua dupla dialética, na qual o passado é simultaneamente mais ou menos remoto. Assim, há um enorme interesse por transporte público, mas não menos interesse pelas variedades de transporte puxado a cavalo ou movido a vapor e por mastodontes como bondes. Os anúncios, presença constante em vistas de época, que se impuseram à atenção dos compiladores, embora de uma forma subliminar, parecem representar perfeitamente essa dupla dialé-

21 Merlin Waterson (ed.). *The servant's hall, a domestic history of Erddig*. Londres, 1980.

tica. Por um lado são protótipos da modernidade, com anúncios à beira de estradas (para Bovril ou Virol ou para as pílulas Little Liver de Carter) assaltando o viajante mais que os *outdoors* de nossas atuais estradas e os folhetos; e nomes comuns aparecem nos painéis de ônibus puxados a cavalos com dizeres como “Aveia Quaker” – dos preferidos em fotografias do carregado tráfico do século XIX. Por outro lado, a imagem das marcas, e talvez até de forma mais contundente, o produto em si, normalmente não existam mais. O neologismo latino (ou grego) de fabricantes de produtos farmacêuticos adquiriu uma qualidade surreal com o passar do tempo; os *outdoors* colocados no topo das casas cobertos por frases atraentes, letreiros de muros anunciando extratos de carne e unguentos, graxas para sapatos e óleos para cabelos, além dos letreiros das lojas que cobriam cada centímetro dos estabelecimentos comerciais sugerem uma anarquia de anúncios que, comparativamente, tornam os comerciais de hoje absolutamente limitados.

Não a familiaridade mas a distância, o desejo pelo misterioso e pelo exótico – e não menos a magia de Paris e Nova York seriam necessários para explicar a popularidade, pelo menos entre os jovens, das ampliações em branco e preto. Seu romantismo não significa apenas amor pela vida, mas decadência – *Weltschmerz* em outro idioma (melancolia e cansaço de viver); em outras fantasias a onipotência masculina e o êxtase feminino. Atualmente, essas fotos transportam o observador até os lugares da moda de Manhattan ou até os espaços abertos de Nevada, mostrando raptos sexuais à sombra de arranha-céus ou amantes montados em velozes Harley-Davidsons cortando o deserto. Em outras fotos somos transportados a espaços oníricos que, mesmo que adaptados aos anos 50, são absolutamente diferentes das metrópoles atuais. As estações de estrada de ferro aqui fotografadas não são o destino dos que vão e vêm do trabalho, mais parecem lugares para encontros urgentes e despedidas trágicas.

Ao gosto popular, e os anunciantes bem o sabem, pois as exploram exaustivamente, as fotos antigas devem seu prestígio em primeiro lugar a ícones de época. Uma foto de Doisneau, impressa em sépia, mostrando um parisiense tocando violoncelo em um *bistrô*, ilustra hoje um anúncio de conhaque²²; o anúncio do uísque Jack Daniels à mostra no metrô de Londres está impresso em tons cinza de época e ambientada em um local forrado por painéis de madeira nua à moda de Walter Evans; enquanto a foto do fabricante de cerveja australiano de Foster enche os *outdoors* com uma enorme

22 *Evening Standart*, 25 agosto 1992.

reprodução em branco e preto do *Last days of Raj*.²³ Este fato nada tem a ver com o que o historiador de arte Alois Riegl chamou de “o valor da idade”, nem com o preço que uma fotografia antiga pode alcançar. Uma cópia não é tão boa quanto os originais para demonstrar o espírito da época, na realidade, poder-se-ia discutir – da forma em que os editores de suplementos parecem crer – principalmente quando, por meio de ampliações e seleções, consegue-se destacar o que estava meio escondido. Ela também não se prende a um assunto específico. A cor e o tom, a julgar pelas fotos atualmente expostas como reproduções de época, nos *pubs*, parecem ter mais importância que o assunto. Esse aspecto foi descoberto pelos astutos fabricantes de cartões e, então, uma reprodução em sépia de um time de futebol de 1906 (a venda em papelarias pelo preço régio de 2,50 libras) parece tão útil quanto a reprodução das passeatas de *suffragettes* ou a de crianças brincando com arcos (para tomar dois exemplos notórios de exemplares favoritos eduardianos).

As fotos como que se recomendam para reprodução, porque são, em um sentido inexplicável, “atmosféricas”; esmaecem as linhas duras do detalhe em uma aura de passado. Decorre daí o fato de precisarem apresentar os sinais indicadores de tempo. Por esse motivo, talvez, no atual interesse em reproduzir fotografias de “vistas”, se dê preferência a paisagens com pessoas e sistematicamente se excluem as fotos que mostram a natureza selvagem em seu estado aborígine. Não são as montagens que buscamos em fotos de época, mas lugarejos ou casas de fazendas; não procuramos tempestades em alto mar, mas alamedas, atracadouros e pierrôs. Por isso, talvez, a preferência pelas cenas de ruas principais em detrimento das ruas residenciais ou suburbanas: a primeira, qualquer seja sua data, estará sempre recheada por uma heteroglossia de sinais de época; a segunda – apenas por acaso apresenta um carrinho de mão ou um motor no fundo – parece indistinta de cenas dos dias atuais.

No primeiro período da descoberta das fotografias de época, eram as fotos vitorianas que pareciam ser mais pitorescas. Mas, como nos outros campos do ressurrecionismo contemporâneo, o passado mais remoto foi sobreposto por um mais recente, e o que ocorre hoje é a atualização constante da noção de época. Quando, em 1970, Hovis filmou seus anúncios nas ruas de paralelepípedos de Shaftesbury como se fossem ruas de Yorkshire, parecia que os anos entre guerras eram a melhor ambientação para o período vitoriano inglês. Mais recentemente, seguindo a moda das fotografias dos anos

23 Propaganda, julho 1992.

austeros publicadas no *Picture Post*, as fotos dos anos 1940 e 1950 voltaram-se facilmente para esse espaço simbólico. As garotas operárias com seus lenços de cabeça, os trabalhadores com suas bicicletas passaram a ser figuras tão familiares quanto as dos pescadores ou camponeses. *Mother's Pride* – Orgulho de Mãe – é a legenda dada a uma destas fotos, posta à venda como reprodução pronta para moldura. É uma cena gênero de Lancashire, tirada em data não determinada, mas com ambientação adequada – a mãe da classe trabalhadora, mãos na cintura, pátio dividido, o rosto de uma criança do pós-guerra voltado para o alto e cheio de esperança e vitalidade.²⁴

A descoberta de fotografias antigas coincidiu com o advento da tendência no comércio da moda de cores esmaecidas, pelo estilo de “roupas da vovó” e pelos *jeans stonewashed*. A adoção do antigo e do usado em detrimento do novo teve sua contrapartida nos anos 1960 por meio dos móveis de pinho e do descoramento, por meio da soda cáustica, de qualquer vestígio de cor e brilho. Deve-se mencionar, também, o despertar da preferência pela elegância esmaecida que, durante os anos 60, 70 e 80, tornou-se obrigatória com relação a interiores de “época”, “restaurados” (isto é, recém-criados), moda apoiada não apenas por arquitetos restauradores – comércio que teve origem no fim dos anos 1960 – mas também por uma ampla tecnologia em termos de “envelhecimento”, o que permitia que produtos novos tivessem aparência venerável e decrépita.

A tendência de esmaecimento foi provavelmente antecipada pelo gosto por fotografias à moda *new wave*, que apresentavam imagens com foco suave e com profundas sombras; a escolha de detritos urbanos e cenas de decadência urbana. Os comerciais de TV adotaram a tendência e começaram a usar interiores enevoados para anúncios de memória (vagos o suficiente para transportar-nos a um lugar indefinido) e, usando imagens descoloridas e desfocadas, promoviam produtos supostamente antigos. Com auxílio de “filtros de sonho” (a vaselina colocada sobre as lentes parece ter o poder de abrandar os contornos de objetos angulosos), a moda esmaecida conseguiu deixar marcas no comércio de fotos – cartões postais em que as cores vivas e fortes e o acabamento brilhante dos artigos-padrão foram desafiados por uma leva de produtos “de arte” – dominantes nas prateleiras atuais – que transformaram as manhãs enevoadas, as ruas à tardinha, as vistas atemporais, as imagens desfocadas e borradas em especialidades e emprestaram a materiais e locais absolutamente improváveis (tais como a moderna ci-

24 “The premier collection”, impressão em sépia sobre papel de embrulho, a única pista de sua origem.

dade de Oxford) o ar de paisagens oníricas. Quando, em seu filme mais recente, Terence Davies começou a usar o “processo de descoramento” com a finalidade de tirar a cor do trabalho, ele acreditava estar recriando o ar de austeridade, e chegou mesmo a dar a seu *cameraman* fotografias em cor sépia da Liverpool de 1950 para servirem de base para o trabalho; mas tanto a tecnologia como a ambição artística devem ser vistas como crianças ricas dos anos 60²⁵ (a autoconsciência sobre fotografias é muito anos 60 também).

Os fotógrafos impressionistas – naturalistas dos anos 1880 e 1890, com sua predileção pelos efeitos atmosféricos foram os responsáveis pelo entusiasmo dos historiadores e do público; entre eles Frank Meadow Sutcliffe²⁶ e P.H. Emerson²⁷ e os “retrata-ristas” de Whitby e East Anglia. As escolas “difusas”, como era zombeteiramente chamada por seus rivais do final do período vitoriano – “enevoando” seus fundos – envolviam os sujeitos (ou pelo menos assim se supunha) em perpétua névoa. O próprio Sutcliffe, como lembra Michael Hiley em uma elaborada monografia, acreditava que se devia evitar o tempo bom como se evita uma praga, e que a melhor hora para fotografias era o entardecer ou o início da noite, “momento em que as sombras são longas”, ou o início da manhã, “antes que o sol tenha dissolvido a névoa”²⁸. Ele também acreditava que a Inglaterra, especialmente sua região, a costa de East Yorkshire, era abençoada por um clima muito adequado a fotógrafos. “Devemos a esse clima horrível nossos melhores efeitos. Se não houvesse tempo ruim e ventanias, não haveria chuvas e neve. Se há um tempo melhor, um tempo em que o país sorri, esse tempo é a época das chuvas.”

25 Kirkham e O’Shaughnessy. “Dangerous desire”.

26 Michael Hiley. *Frank Sutcliffe, photographer of whitby*. Londres, 1974, *Frank meadow Sutcliffe*, 1979.

27 Peter Turner. *Emerson*. Londres, 1974. Ellen Hardy, “Art and science in P.H. Emerson’s naturalistic vision”. In: Mike Weaver (ed.). *British photography in the nineteenth century: the fine art tradition*. Cambridge, 1989. M. Hiley. “The photographer as artist”, *Studio International*, julho-agosto de 1975. Para os conceitos programáticos de Emerson, P. H. Emerson. *Naturalistic photography for students of art*. Londres, 1989.

28 Hiley, *Frank Sutcliffe*, pp. 54, 74. Um estudioso de Sutcliffe escreveu no *Amateur Photographer*, em 1890: “Ultimamente o Sr. Sutcliffe acha adequado envolver a distância em ‘cerração’, e em sua última exposição ele envolveu Whitby em neblina, embora haja uma luz brilhante sobre os homens e mulheres no quebra mar”, cita Hiley, *Frank Sutcliffe*, p. 125.