



Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material
ISSN: 0101-4714
ISSN: 1982-0267
Museu Paulista, Universidade de São Paulo

"Apenas aperte o botão..."¹: prática fotográfica amadora em Belo Horizonte²

MENEZES, LUCAS MENDES

"Apenas aperte o botão..."¹: prática fotográfica amadora em Belo Horizonte²
Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, vol. 26, 2018
Museu Paulista, Universidade de São Paulo
Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27358485017>
DOI: 10.1590/1982-02672018v26e17

ESTUDOS DE CULTURA MATERIAL

"Apenas aperte o botão...": prática fotográfica amadora em Belo Horizonte²

"Just press the button...": photographic amateur practice in Belo Horizonte

LUCAS MENDES MENEZES¹³

Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France

RESUMO: Este artigo tem como ponto de partida a questão da influência do aprimoramento tecnológico e comercial da fotografia - assim como de suas veiculações publicitárias -sobre a gênese e o desenvolvimento da prática amadora. Buscou-se mapear como a prática fotográfica foi oferecida e difundida na cidade de Belo Horizonte entre as décadas de 1940 e 1960, através de algumas de suas expressões mais recorrentes. O texto reflete sobre os alcances e os limites da técnica fotográfica, com a atenção voltada ao desenvolvimento de automatismos. Essa discussão tem como base a análise de anúncios de equipamentos e materiais fotográficos em periódicos de grande circulação na capital mineira. Esses reclames, realizados ora por lojas da cidade, ora por companhias fotográficas (por intermédio de seus representantes), apresentam os produtos oferecidos, seus recursos técnicos, valores e possibilidades de uso. Por fim, é abordada a criação do Foto Clube de Minas Gerais, primeira agremiação de fotógrafos amadores da capital mineira.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia, Automatismos fotográficos, Prática fotográfica.

ABSTRACT: The influence of the technological and commercial improvement of photography - as well as its advertising on the beginning and development of the amateur practice is the starting point of this article. Focusing on the reality of Belo Horizonte, it was possible to identify how the photographic practice was offered and diffused in the period from the 1940s to the 1960s, through some of its most recurrent expressions. The text still contains a reflection on the scope and limits of the photographic technique, focused on the development of automatisms. This discussion is based on the analysis of photographic advertisements (equipment and photographic materials) found in journals of great circulation in the capital of Minas Gerais. These advertisements, announced by shops owners in the city, or by photographic companies through their representatives, present the products offered, their technical resources, values, and possibilities of use. In this same context, we will also approach the creation of the Foto Clube de Minas Gerais, the first amateur photographer's association of the capital of Minas Gerais.

KEYWORDS: Photography, Photographic automatisms, Photographic practice.

INTRODUÇÃO

Originada da combinação de conhecimentos químicos, óticos e mecânicos, a técnica fotográfica passou por diversos aperfeiçoamentos ao longo de sua trajetória. De maneira geral, essas modificações sempre estiveram relacionadas ao objetivo de simplificar e acelerar a tomada e o processamento da imagem. Todavia, nos primeiros anos de sua difusão, a prática fotográfica permanecia restrita a algumas personalidades esclarecidas; a figura do fotógrafo aproximava a do alquimista, dotado



de um conhecimento polivalente, com seu fazer de etapas precisas e minuciosas. Essa realidade, presente na prática do daguerreótipo, perdurou até as primeiras técnicas reproduutíveis em fotografia. No caso das chapas em vidro revestidas pelo colódio úmido, por exemplo, utilizadas com regularidade desde a década de 1850, o processo dependia de uma manipulação cuidadosa do operador, que tinha, como o próprio nome sugere, que lidar com as chapas úmidas para realizar a imagem.⁴ Entre os praticantes, estavam os primeiros fotógrafos profissionais, envolvidos tanto na produção de imagens em estúdio quanto em atividades de registro documental, tal qual o empreendimento da Missão Heliográfica Francesa, em meados do século XIX.

Esse panorama técnico só foi consideravelmente modificado com o desenvolvimento dos negativos em gelatino-bromuro, as “placas secas”, ainda no início da década de 1880. Segundo Françoise Denoyelle,⁵ essa novidade teve um impacto significativo, principalmente no cotidiano dos fotógrafos profissionais, provocando uma série de reações contrárias. O receio se associava principalmente à dependência dos fotógrafos em relação à indústria, que passaria a deter parte importante do processo. No entanto, mesmo com o gradual aperfeiçoamento, a fotografia ainda demandava certa erudição específica, envolvendo gastos onerosos na compra de equipamentos e filmes, assim como na montagem de laboratórios para revelação.

Em processo paralelo, alguns entusiastas da técnica fotográfica também passavam a praticar a fotografia de maneira amadora. Contudo, apenas com a criação das primeiras sociedades fotográficas, na década de 1850, foi possível ter uma definição mais clara deste grupo. Neste contexto, tanto a Royal Photographic Society de Londres quanto a Société Française de Photographie de Paris, criadas respectivamente em 1853 e 1854, terão um papel embrionário. Em seus primeiros anos de atuação, elas terão como referência as já existentes instituições voltadas ao estudo e à divulgação de descobertas científicas em diferentes domínios. Essas sociétés savantes⁶ eram frequentadas por homens oriundos dos setores mais abastados da população, realidade que se confirmou também em suas variações fotográficas. No entanto, para além do domínio científico, essas instituições pioneiras também se interessavam pela dimensão artística da prática fotográfica. A inspiração era o modelo acadêmico dos salões de arte do século XIX e, do ponto de vista estético, essa produção fotográfica se caracterizou pela escolha de parâmetros de composição inspirados na pintura e pelo desenvolvimento de processos de intervenção manual responsáveis por afastar o estigma da reprodução tecnicista. Os adeptos do pictorialismo,⁷ formalmente reunidos no que se convencionou chamar de fotoclubes, marcavam através da distinção da sua prática uma fundamental distância em relação às primeiras gerações de praticantes consumidores dos aparelhos Kodak.⁸

De fato, foi através da Kodak, em 1888, que os “apertadores de botão”⁹ - termo que empregaremos ao longo do texto em referência ao slogan do produto - passaram a praticar a fotografia cotidianamente. A empresa

americana abria caminho para a difusão de uma prática sem dificuldades, sem técnica e aberta a todos. O slogan da primeira câmera box - que ganhou diversas derivações nas traduções para o mercado internacional - carregava um conjunto operacional, mas também simbólico, e implicava a emergência de um “amador-consumidor” como novo sujeito fotográfico.

Segundo François Brunet, em 1888 a Kodak inovava mais no aspecto comercial do que propriamente tecnológico:

A campanha de publicidade massiva que acompanha o lançamento da Kodak marcou, desde então, os espíritos e a memória coletiva, da mesma forma que o próprio produto, graças ao seu famoso slogan “You press the button and we do the rest” e às suas versões nas línguas europeias. Esse slogan vinha a resumir um conjunto menos técnico do que simbólico. A palavra, as instruções dos reclames que insistiam sobre a ausência de qualquer conhecimento para o sucesso, as figuras mostrando as posições das mãos sobre a caixa, a caixa ela mesma, lisa e compacta, e seu famoso botão, vestígio exterior de uma tecnicidade até então escondida - tudo isso significava explicitamente colocar o saber e o trabalho fora de jogo, a chegada de um novo lazer, de uma nova liberdade, simbolizada nos anúncios por anjos e outras alegorias aladas que rodeavam a Kodak. É essa nova liberdade, exercida pelo dedo que pressiona o botão, que coloca fim definitivamente ao séc^{ulo} dos profissionais e resume o novo poder dos amadores.¹⁰

A simplicidade do processo de tomada da imagem não era mesmo a única novidade. Cada Kodak era equipada com um rolo de filme capaz de registrar até cem fotogramas. Com o volume completamente exposto, a câmera era então enviada por correio para a fábrica, que retornava ao cliente as fotografias reveladas e o dispositivo recarregado para novas fotos. A empresa garantia cerca de 85% de sucesso nas cópias, desde que tiradas em boas condições de iluminação - fator que denota seu primeiro grande condicionamento.

Nesse período, a oposição entre os amadores aficionados e os apertadores de botão era definitiva. Em um polo, praticantes condescendentes de todo o processo fotográfico, muitos deles com pretensões artísticas. Em outro, amadores ignorantes da técnica e da estética fotográfica, que utilizavam seu aparelho para registrar atividades de lazer e encontros familiares. Contudo, o desenvolvimento tecnológico da fotografia ao longo da primeira metade do séc^{ulo} XX implicou o aperfeiçoamento de automatismos e a facilitação da prática, diversificando o público amador. Em paralelo, os fotoclubes se expandiram para além dos limites das principais cidades da Europa e da América do Norte, e essa transposição de fronteiras se deu também nas dimensões estética e social. Para além de uma prática pictorialista, os membros de fotoclubes também passaram a ter como referência para sua produção uma diversidade de parâmetros que correspondia tanto às tradições já estabelecidas no grupo quanto às novidades advindas das relações entre fotografia e vanguardas artísticas,¹¹ além da influência de uma fotografia documental de cunho humanista. Se, nas primeiras décadas de existência, essas entidades eram acessadas apenas por uma parcela mais abastada da população, no pós-guerra elas rapidamente se tornam uma experiência social muito difundida entre as classes médias.

São justamente as peculiaridades da prática fotográfica amadora deste período o interesse do presente artigo.

O foco sobre a realidade belo-horizontina permite observar indícios da difusão comercial dos produtos fotográficos, tendo como referência tanto os alcances do desenvolvimento tecnológico do meio quanto os estímulos a práticas específicas. Neste contexto, os estabelecimentos comerciais também tiveram um papel fundamental, funcionando como espaços de sociabilidade para os amadores que começavam a se interessar por uma experiência mais aprofundada em fotografia. Não por acaso, a articulação de grande parte desses fatores está na origem do primeiro clube de fotógrafos amadores de Belo Horizonte. A análise das condições que mobilizaram a criação do Foto Clube de Minas Gerais (FCMG) em agosto de 1951, assim como a atenção ao alcance de suas primeiras atividades cotidianas, é importante para compreender um contexto menos polarizado, em que a prática fotográfica amadora é caracterizada por importantes interseções e compartilhamentos.

Apesar de pioneiro na capital mineira, o FCMG não é a primeira agremiação do gênero no país. Na verdade, em comparação com a tradição do fotoclubismo no hemisfério Norte, o desenvolvimento da atividade no Brasil apresenta particularidades que precisam ser tomadas em conta. É possível mapear algumas iniciativas de associação de fotógrafos amadores no país desde o início do século XX. Em *Arte e fotografia: o movimento pictorialista no Brasil*,¹² Maria Teresa Bandeira de Mello apresenta um histórico das primeiras manifestações da prática fotográfica artística amadora no território brasileiro. Além das efêmeras experiências das exposições coletivas do Sploro Photo-Club de Porto Alegre, em 1903,¹³ e do Photo Club do Rio de Janeiro, em 1904,¹⁴ Mello destaca o Photo Club Brasileiro, criado em 1923 no Rio de Janeiro, como a primeira instituição do gênero a se consolidar no país. A agremiação era tributária da experiência do Photo Club do Rio de Janeiro, que havia se desenvolvido de maneira isolada e descontínua, tanto do ponto de vista geográfico quanto conceitual. O Photo Club Brasileiro,¹⁵ por sua vez, contava com uma organização elaborada - mesmo que centrada na figura de seu presidente vitalício Nogueira Borges - e um verdadeiro projeto para difundir e desenvolver a prática fotográfica amadora no país. O pioneiro clube carioca ainda seria responsável pela publicação da revista *Photogramma* entre 1926 e 1931 e pela realização do primeiro salão nacional, em 1940, reunindo fotógrafos amadores de diferentes localidades do país de maneira inédita.

Em São Paulo, a Sociedade Paulista de Fotografia foi criada em 1926, atuando esporadicamente até o início da década de 1930. Apenas em 1939, com a criação do Foto Clube Bandeirante,¹⁶ um clube de fotógrafos amadores dá início a uma trajetória de atuação contínua na capital paulista. A cidade, que já recebera um volume importante de imigrantes entre o fim do século XIX e o início do século XX, com o avanço da Segunda Guerra Mundial tornou-se ainda mais internacional. O Foto Cine Clube Bandeirante seguia o mesmo caminho. Para além do Salão

Internacional, organizado oficialmente a partir de 1946, o clube passava a contar com membros imigrantes e descendentes de diversos países da Europa e do Japão. O clube paulista seria ainda responsável pela cofundação de outras associações, permanecendo como uma importante referência. E foi justamente a partir da trajetória do clube que se consolidou o primeiro grande trabalho de referência sobre a prática fotográfica amadora no Brasil.

Helouise Costa e Renato Rodrigues publicam em 1995 o livro *A fotografia moderna no Brasil*.¹⁷ Para os autores, foi justamente o desenvolvimento de uma classe média brasileira no pós-guerra que proporcionou as bases para a expansão da atividade fotoclubista no país. Os autores foram os primeiros a discutir com mais profundidade o alcance de uma geração de fotógrafos paulistanos que revolucionou a fotografia brasileira. Da interpretação dos trabalhos dos “pioneiros”¹⁸ e dos membros da chamada Escola Paulista¹⁹ - todos membros do Foto Cine Clube Bandeirante de São Paulo - estava lançada a base para a geração moderna da fotografia brasileira, que se opunha aos preceitos da fotografia acadêmica e sua deferência aos parâmetros da pintura dos salões, bastante difundidos nas primeiras agremiações do gênero no Brasil. Essa pesquisa inaugural se consolidou como a principal referência sobre o tema e foi a base para trabalhos²⁰ sobre fotógrafos que estiveram, em algum momento da sua trajetória, em estreita relação com o fotoclube paulistano. Além disso, serviu como referência para trabalhos monográficos sobre a trajetória de fotoclubes de outras localidades do país, como Espírito Santo, Recife e Rio Grande do Sul,²¹ que atestam também a difusão da prática para além do eixo Rio-São Paulo.

Em Belo Horizonte, as três primeiras exposições organizadas pelo Foto Clube de Minas Gerais, a exemplo da exposição de 1940 do Photo Club Brasileiro, foram de caráter nacional. Realizados entre 1951 e 1954, os Salões Mineiros de Arte Fotográfica contaram com a participação de fotógrafos de instituições de diversas partes do país.²² Além dos salões, o FCMG também organizou a Primeira Exposição Fotográfica de Motivos Belorizontinos, em 1953, através do patrocínio da Prefeitura Municipal. Cento e cinquenta fotografias foram expostas, todas de autoria dos membros do clube e exclusivamente tomadas na capital mineira.

“APENAS APERTE O BOTÃO...”²³

Após o grande sucesso comercial de sua primeira câmera box, a Kodak passa a investir nas mais variadas frentes do mercado fotográfico, embora seu carro-chefe continue sendo o pequeno caixote de manejo simples. Se o primeiro modelo lançado em 1888 custava entre 25 e 35 dólares, o que restringia seu acesso,²⁴ com o lançamento da Kodak Brownie, em 1900, e o seu módico valor de um dólar, a empresa amplia consideravelmente o seu público consumidor.

Do ponto de vista tecnológico, não havia grandes sobressaltos entre a primeira câmera caixote da Kodak e a câmera inaugural Brownie.



Na verdade, a linha Brownie, que se estenderia a uma variedade de modelos lançados durante pelo menos sete décadas do século XX, sofreu poucas alterações no que diz respeito ao seu mecanismo de funcionamento. A maioria dos aperfeiçoamentos foi de ordem material, com o desenvolvimento de lentes mais luminosas e filmes mais sensíveis, além, é claro, do gradual emprego de coberturas plásticas no corpo da câmera.²⁵ O automatismo principal permanecia o mesmo, bastava apertar um botão, e a câmera, com padrões fixos de abertura da lente e velocidade do obturador,²⁶ registrava a imagem escolhida pelo operador.

Se, por um lado, esse aspecto rudimentar da técnica não gerava grandes empecilhos aos usuários, que optavam pelo produto justamente pelas facilidades de sua utilização, por outro, trazia certa limitação aos amadores um pouco mais exigentes, interessados na qualidade do produto final. Essa lacuna passou então a ser perseguida pelas pesquisas de inovação da empresa,²⁷ e sobretudo a partir da segunda metade da década de 1930 começaram a surgir as primeiras tecnologias com uma automatização mais complexa do ato de "apertar o botão".

Em 1938, a Kodak lança a Super Kodak Six-20, primeiro modelo a apresentar um fotômetro²⁸ no corpo da câmera, associado a um mecanismo que determinava a abertura do diafragma um pouco antes de se apertar o disparador. Seu automatismo se restringia à "parte difícil do trabalho",²⁹ já que o fotógrafo ainda tinha que determinar o foco e a velocidade do obturador.³⁰ O modelo, que garantia a exposição correta em qualquer situação, custava cerca de 225 dólares, um preço quase dez vezes superior ao da Kodak Six-20 III, disponível no mercado por 25 dólares e com configurações técnicas parecidas.³¹

A câmera foi um verdadeiro fracasso comercial. As principais razões eram seu alto valor de mercado e os constantes defeitos que apresentava.³² A esse panorama se acrescentava ainda a falta de um público-alvo definido, pois, ao contrário das primeiras câmeras box, a primeira câmera automática da Kodak tinha uma identidade um tanto quanto difusa. Se, por um lado, ela se voltava para um público mais exigente de amadores, estes, já escolados no processo fotográfico, miravam os aparelhos manuais mais sofisticados e contavam com fotômetros externos que garantiam uma decisão correta na hora de escolher os parâmetros da tomada da imagem. Por outro lado, aqueles que buscavam imagens com maior qualidade, mas não estavam interessados em enveredar pelo conhecimento fotográfico, poderiam se frustrar com o dispositivo, que exigia certo know-how de seus utilizadores. Soma-se a isso a eclosão da Segunda Guerra Mundial e o envolvimento da Kodak no esforço de guerra, principalmente no desenvolvimento de equipamentos óticos e câmeras para tomadas aéreas. Nesse contexto, as novidades tecnológicas surgiam em um ritmo mais lento do que no período anterior, e várias companhias, principalmente as europeias, investiram na oferta de assessoria técnica, com manutenção e reaproveitamento de câmeras já disponíveis. No entanto, segundo Anaïs Feyeux,³³ o pós-1945 conheceu

um intenso desenvolvimento tecnológico, industrial e comercial da fotografia.

Centrada principalmente na Alemanha, berço de empresas pioneiras, conhecidas pela avançada qualidade técnica, Feyeux defende que esse período foi caracterizado pela ascensão de um novo mercado fotográfico, baseado na concorrência internacional e a consequente redução de custos para o consumidor. A esse contexto se acrescentaria ainda a quebra das patentes de grande parte da tecnologia alemã, que passou a ser replicada por empresas americanas, francesas, inglesas e japonesas. Contudo, como aponta a autora, a relação entre o mundo industrial e a prática fotográfica permanece raramente descrita nas discussões atuais. E é justamente ao preencher essa lacuna que seu trabalho pretende inovar.

Na Alemanha Ocidental, a indústria fotográfica se fortaleceu ainda nos primeiros anos, sendo um dos setores de maior destaque no período de “milagre econômico”. A Agfa, uma das mais tradicionais companhias do país, em paralelo ao seu crescimento econômico, promoveu culturalmente³⁴ a fotografia, aliando o desenvolvimento de pesquisas em tecnologia a medidas como a criação de publicações especializadas para o público amador, a realização de uma feira de produtos fotográficos de grandes proporções e a montagem de laboratórios em escolas. A vocação internacional desse mercado, evidenciada por Feyeux, permite pensar que essa realidade não se restringiu ao caso alemão, avançado também em outros países europeus e nos Estados Unidos. No entanto, apenas indícios mais precisos poderão apontar se houve ou não esse percurso.

Outra grande novidade do cenário apresentado por Feyeux reside justamente na ascensão do público amador como um dos principais alvos do mercado fotográfico. Nesse contexto, a qualidade técnica e estética que marcou os anúncios da Agfa,³⁵ mesmo antes da eclosão da Segunda Guerra Mundial em 1939, ganhava terreno definitivo, sendo apropriada e ressignificada pelas mais diversas empreitadas. Ao fotógrafo amador não bastava apenas um processo prático, realizado sem dificuldades e exigências de conhecimento sobre fotografia - a qualidade da imagem também passava a ser uma demanda. E foi nesse sentido que caminhou o desenvolvimento de produtos para os fotógrafos amadores do período; era preciso aliar praticidade operacional a qualidade técnica, e a resposta mais recorrente foi a retomada do desenvolvimento dos automatismos. Novas práticas foram moldadas, seguidas pelo estabelecimento de parâmetros e uma verdadeira política de educação do olhar.³⁶

O final da década de 1940 e o início da década de 1950 assistiram ao desenvolvimento dos mais diversos mecanismos de automatização em fotografia.³⁷ Ainda tributárias da tradição da Super Kodak de 1938, muitas das câmeras produzidas nesse período apresentavam a célula fotossensível de selênio na parte externa do corpo da câmera e a automatização apenas do processo de abertura do diafragma.³⁸ Em 1956, a Agfa traz a primeira novidade em relação aos outros fabricantes, introduzindo o modelo Automatic, que oferecia ao operador a possibilidade de selecionar a abertura do diafragma, o que resultava

na velocidade do obturador como alternativa automática. O modelo Automatic seria a base para o lançamento, três anos depois, da primeira câmera totalmente automática: a Agfa Optima.

Após o percurso inaugural da Agfa, outras companhias passaram a produzir câmeras automáticas ao longo da década de 1960. A participação da indústria japonesa, que tornou os preços cada vez mais acessíveis, foi decisiva. Mas, como já ressaltado, o sucesso comercial de um produto não depende apenas do seu preço, mas da clareza de sua utilidade, da definição de um público-alvo. Desta forma, é preciso acompanhar como se constitui o mercado amador a partir de então, apontando quais eram os parâmetros dispostos como referência. Em linhas gerais, os princípios continuavam os mesmos, mas algumas modificações eram sensíveis, e o caso de uma cidade brasileira em pleno desenvolvimento econômico no pós-guerra pode contribuir para a compreensão do processo.

"TODA A CIDADE ESTÁ FALANDO DAS OFERTAS ESPECIAIS CINE-FOTO"³⁹

Segundo Luana Campos,⁴⁰ o comércio fotográfico em Belo Horizonte começa em 1897, com a instalação dos primeiros fotógrafos de estúdio, que, além de prestarem seus serviços, gradualmente passam a oferecer dispositivos e suprimentos fotográficos. Esse comércio embrionário ocorria de forma tímida e em paralelo à venda de produtos por meio de catálogos de lojas do Rio de Janeiro e de São Paulo. No entanto, em decorrência do desenvolvimento da cidade ainda nos seus primeiros anos e dos aprimoramentos tecnológicos da fotografia, o comércio na capital mineira se diversifica para além da atuação dos fotógrafos pioneiros. O comércio fotográfico na cidade passa a ocorrer principalmente através das "casas de variedades". É a partir da década de 1930, segundo Luana Campos, que há a "diferenciação e especialização" do comércio em três segmentos distintos: os estúdios e ateliês de fotógrafos profissionais; os laboratórios de revelação e ampliação; e a permanência das lojas de variedades como fornecedoras de suprimentos fotográficos.

Nesse período, estabelecimentos como a Casa Lutz Ferrando e a Casa Faria, especializadas na venda de materiais óticos e de precisão, tornaram-se referência no varejo de aparelhos e materiais fotográficos. Mas é sobretudo na experiência da Casa da Lente⁴¹ que Campos detém sua atenção. Desde sua inauguração, o estabelecimento passou a oferecer equipamentos e suprimentos para fotógrafos com os mais variados níveis de conhecimento, disponibilizando ainda um laboratório para a revelação de negativos para fotógrafos amadores. Para a autora, o sucesso dessa loja aponta para uma tendência que se tornaria regular a partir dos anos 1940, com o sensível aumento do número de estabelecimentos que se dedicavam exclusivamente à fotografia:

Com o desenvolvimento da indústria fotográfica - a exemplo da "Indústria Fototécnica Brasileira" fundada na década de 1940 por Elias Aun - e ampliação do comércio fotográfico, da prática amadora e do consumo social da fotografia, as lojas que intervieram nesse ramo passavam e se dedicar exclusivamente ao universo

fotográfico, quando então acumularam todas as atividades ligadas àquele *métier* em um só ambiente. Muitos profissionais da fotografia na cidade tentaram se acomodar a essa nova realidade, de modo que ampliaram seu ateliê não somente para produzir fotos, mas também para vender suprimentos e oferecer o laboratório e trabalhos de revelação, ampliação e cópia para amadores e profissionais. Este foi o caso da “Foto Retes”, estabelecimento localizado na Rua dos Carijós nº 426 e que até hoje permanece nesse comércio na cidade de Belo Horizonte.⁴²

A autora constata ainda o desenvolvimento de dois dos principais estabelecimentos comerciais em fotografia do período: a *Photographia Retes* e o *Photo Elias*.

J. M. Retes, fotógrafo francês, se instalou em Belo Horizonte ainda na primeira década do século XX, “munido de larga experiência adquirida no universo fotográfico europeu”.⁴³ Anos mais tarde, seu filho, Ervé, assumiu os negócios da família e, através da Photo Retes, investiu fortemente no comércio de produtos fotográficos, destacando-se no setor a partir da década de 1930.

O Photo Elias, por sua vez, foi resultado da iniciativa de Elias Aun, imigrante libanês que desembarcara no Brasil aos doze anos de idade, ainda no início do século XX. Em 1930, Aun se mudou para Belo Horizonte, onde trabalhou na seção de fotografia da Casa Oliveira Costa. Em 1932, ele se tornou funcionário em um setor semelhante da Casa Lutz Ferrando, onde permaneceu até abrir a própria loja em 1934.

Ambas as lojas se desenvolveram, principalmente a partir da década de 1950.⁴⁴ À Photo Retes e ao Photo Elias somaram-se outros estabelecimentos de variado porte. A abertura de uma filial das lojas Mesbla, por exemplo, proporcionou um novo centro de referência para os fotógrafos amadores de Belo Horizonte. Em funcionamento pelo menos desde o final da década de 1940, a loja de variedades contava com uma seção especializada em “cine-foto”.⁴⁵

No entanto, o objetivo deste trabalho não é se aprofundar em todos os aspectos da prática comercial em fotografia na capital mineira,⁴⁶ mas sim na compreensão de que o desenvolvimento desse nicho surge como um importante parâmetro para apreender o alcance da prática amadora na cidade. Desta forma, para o percurso de análise, não bastaria apenas mapear as lojas e seu período de atuação. O que interessa é sobretudo entender como a atuação dos estabelecimentos comerciais influencia a formação de novos praticantes em fotografia na cidade. Destaca-se tanto o papel de referência que esses espaços assumiram na prática dos amadores iniciantes como sua importância na construção de discursos sobre a prática fotográfica.

“CÂMARAS FOTOGRÁFICAS PARA AMADORES OU PRINCIPIANTES”

Os fotógrafos amadores não são tomados aqui como uma categoria de praticantes de constituição determinada, fixa ou imutável. Na verdade, a hipótese em questão é a de que esse grupo foi sendo gradativamente caracterizado pela ampliação de possibilidades e uma consequente



diversificação de práticas. Diferentemente dos primeiros “apertadores de botão” do final do século XIX, o fotógrafo amador, ignorante do funcionamento de todo o processo fotográfico, tinha à sua disposição, por exemplo, uma grande quantidade de modelos de câmeras que variavam segundo uma gama de demandas prioritárias. O contato com anúncios coletados em jornais de grande circulação da capital mineira se desenvolverá neste sentido, através do mapeamento de expressões que auxiliam a compreender esse processo.

Desde o início da década de 1940, o jornal *Estado de Minas* trazia anúncios de representantes e comerciantes da capital mineira que ofertavam câmeras e materiais fotográficos. Contudo, esses anúncios, muitas vezes associados à oferta de outros tipos de produtos, são esporádicos até 1946, quando, com a publicação da “Secção Cine-Foto” da Mesbla, é possível observar uma regularidade na promoção de produtos fotográficos. Os anúncios, mais recorrentes no período que antecedia as festas de fim de ano, ofereciam “AO AMADOR E AO PROFISSIONAL DE CINE-FOTO um variadíssimo estoque de material fotográfico e de cinema das melhores procedências”.⁴⁷

O primeiro documento a ser discutido é um anúncio das Lojas Mebla, publicado em dezembro de 1951 com “Ofertas especiais... Camaras fotográficas para amadores ou principiantes com preços especiais para o Natal” (Figura 1).



Figura 1
Anúncio da Mesbla: Ofertas Especiais.

Fonte: Diário de Minas (1951).

Ao todo são ofertadas cinco câmeras: quatro no modelo box, com preços entre 108 e 252 cruzeiros, e uma Lumirex no valor de 675 cruzeiros. A variedade de câmeras box demonstra a popularidade do modelo entre o público amador, sobretudo entre os principiantes.

A Lumirex foi uma câmera de fole francesa produzida entre as décadas de 1930 e 1950 pela companhia de Charles Antoine Lumière. Apesar de relativamente simples, a Lumirex apresentava grandes vantagens técnicas em relação aos outros modelos anunciados: lente mais luminosa, obturador com velocidades que variavam entre 1/10 e 1/125 segundos e controle do foco da imagem. Por outro lado, sua operação exigia

conhecimentos técnicos, tornando-a uma opção restrita a um público amador já iniciado. De fato, se observamos a chamada do próprio anúncio, o que se percebe é a subdivisão do público-alvo entre amadores e principiantes.

No reclame do mesmo estabelecimento, encontrado na edição de 3 de maio de 1953 do mesmo jornal, a proporção entre os modelos anunciados permanece praticamente a mesma: três câmeras box para uma câmera de fole de origem alemã (Figura 2).



Figura 2
Anúncio da Mesbla.
Fonte: Diário de Minas (1953b, p. 5).

A Wirgin, grande destaque do anúncio, era encontrada em dois modelos: Auta e Standy. O Auta era produzido com lentes anastigmáticas com camadas antirreflexo, obturador com velocidade de até 1/300 segundos e disparador automático,⁴⁸ contando ainda com sincronismo para flash embutido. O Standy, por sua vez, possuía especificações técnicas mais simples: lente de luminosidade intermediária e obturador com velocidade de até 1/100 segundos. No entanto, diferentemente do anúncio de 1951, a propaganda de 1953 não se restringe ao público amador, dizendo: “Os mais variados tipos de camaras fotográficas V. S. encontrará em nossa seção especializada - Para amador ou profissional, a nossa secção CINE-FOTO apresenta sempre o melhor material”. Esse fator, aliado à ausência de preços no anúncio, não nos permite aventar qual era o verdadeiro público-alvo para os modelos alemães.

Ainda em 1953, a publicidade da Mesbla voltaria sua atenção para um produto fotográfico específico, uma câmera brasileira que combinava “a simplicidade de manejo das câmaras box com os aperfeiçoamentos das máquinas de alto custo” (Figura 3).



Figura 3

Anúncio da câmera Kapsa pela Mesbla.

Fonte: Diário de Minas (1953e, p. 3).

A Kapsa era um empreendimento da D. F. Vasconcellos, companhia brasileira com sede em São Paulo. Um dos aspectos mais interessantes do modelo é que ele mesmo se apresentava como híbrido, aliando a praticidade das câmeras box com a qualidade dos modelos mais caros disponíveis no mercado. Segundo seu anúncio, a Kapsa, que comportava negativos de 120 mm, era a única câmera do mundo⁴⁹ a apresentar seus comandos em um painel disposto na lateral, o que permitia ao operador escolher entre três diferentes aberturas do diafragma.⁵⁰ O obturador era fixo na velocidade de 1/100 segundos, mas também havia a opção B (Bulb), com controle total do fotógrafo. A câmera ainda contava com encaixe para tripé e “visores grandes e brilhantes”.

O modelo, ao se apresentar como um aparelho aperfeiçoado, questiona o lugar tradicional das câmeras box. Câmeras como essa são expressões de uma ressignificação da prática - antes muito limitada - do apertar de botão.

Em 1956, a Mesbla novamente propõe uma campanha publicitária voltada ao público amador. Publicado na edição de 4 de dezembro de 1956 do jornal *Estado de Minas*, o anúncio divulgava uma promoção especial do estabelecimento: o mês do fotógrafo amador (Figura 4). A primeira diferença em relação aos anúncios de 1953 está na proporcionalidade de câmeras box anunciadas; se nos reclames anteriores elas eram maioria, no mês especial do amador apenas dois modelos foram ofertados. Por outro lado, são ofertadas três câmeras do modelo TLR,⁵¹ uma câmera de pequeno formato, além de um kit com uma câmera e equipamentos auxiliares.⁵² As três primeiras câmeras eram a Flexaret (apresentada em destaque), a Sharpflex e a Beautyflex.⁵³ Todos esses modelos são tributários da tradição de câmeras TLR imposta pela Rolleiflex, oferecendo uma alternativa de baixo custo. A Wenka, um compacto modelo reflex, possuía telêmetro embutido (focalização automática), além de um obturador que atingia a velocidade de até 1/500 segundos.



Figura 4

Anúncio Mesbla: Mês do Fotógrafo Amador.

Fonte: Estado de Minas (1956, p. 7).

Em 1957, os anúncios da Mesbla nos jornais belo-horizontinos passam a aparecer com regularidade. A observação das peças publicitárias desse período traz informações ainda mais interessantes. No dia primeiro de dezembro daquele ano, o estabelecimento publicou um anúncio no jornal *O Diário* com o título: “Tôda a cidade está falando das ofertas especiais Cine-Foto” (Figura 5). O anúncio era formado por uma listagem com dezenas de câmeras, cinco flashes, quatro fotômetros e um kit de laboratório para amadores. Além disso, compunham o anúncio reproduções de diversas câmeras e dois fotômetros, dispostos ao redor da listagem. Os modelos estavam em oferta, e o anúncio apresentava o antigo preço rasurado ao lado do novo preço com desconto. Entre as câmeras anunciadas estavam a Rolleiflex, a Rolleicord, a Flexaret, dois modelos da Agfa para amadores, alguns modelos da Zeiss Ikon e duas câmeras box. A diversidade de modelos também estava refletida na variedade de preço: enquanto a Rolleiflex Planar era vendida por 24.600 cruzeiros, a Arrow Super custava 600 cruzeiros, no modelo com adaptador para flash. Esses eram os dois extremos: uma tradicional câmera alemã, sucesso há décadas entre profissionais, e uma simples câmera box. A variedade de modelos dispostos entre esses dois extremos é que se estabelece como um dos principais indícios da amplitude da prática amadora. Câmeras como a Wirgin e a Flexaret já vinham sendo anunciadas para o público amador em edições anteriores, enquanto os modelos da Agfa se consolidavam no período como opção para os amadores mais exigentes.



Figura 5

Anúncio Mesbla: Toda a cidade está falando das ofertas especiais Cine-Foto.

Fonte: O Diário (1957, p. 13)

Na semana seguinte, o mesmo anúncio seria publicado no jornal *Diário de Minas*, contudo, a versão contava com um acréscimo relevante (Figura 6).



Figura 6

Segundo anúncio da Mesbla: Toda a cidade está falando das ofertas especiais Cine-Foto.

Fonte: Diário de Minas (1957b, p. 7).

Na versão publicada no dia 8 de dezembro, o anúncio aponta para o esgotamento de quatro produtos: a Rolleiflex Planar, a Zeiss Ikonta Tessar, a Flexaret III-A e a Sekonic-Líder. Apesar da falta desses produtos no estoque da loja não indicar necessariamente o sucesso nas vendas, essa possibilidade não pode ser negada. Se a Rolleiflex era uma opção para os profissionais e amadores mais esclarecidos e abastados, a Tessar e a Flexaret, que custavam respectivamente 7.950 e 5.800 cruzeiros, eram boas opções para um público amador interessado. A Flexaret,

por exemplo, foi a opção escolhida por Gabriel Assunção, fotógrafo aposentado, que na década de 1950 começava a se dedicar à fotografia como hobby, enquanto era funcionário do Banco da Lavoura. Segundo Gabriel, a Flexaret teria sido sua primeira câmera “vamos dizer assim, mais decente”,⁵⁴ já que suas primeiras experiências com fotografia teriam sido ainda nos registros de família realizados com uma “maquinazinha simples”⁵⁵

Em 1958, novamente por ocasião do natal, a Mesbla lançava nova campanha para atrair os fotógrafos da cidade (Figura 7).



Figura 7
Anúncio Mesbla: Para um natal mais feliz...

Fonte: *O Diário* (1958, p. 13).

O anúncio apresentava duas importantes novidades em relação aos anteriores: a presença de uma câmera 35mm e de um projetor de cinema. A câmera era uma Contina I, produzida pela Zeiss Ikon desde o início da década de 1950. A câmera de fole era equipada com lentes Novar, produto de qualidade inferior às tradicionais lentes Zeiss, mas que tornava o modelo mais acessível.

Para fechar esse quadro panorâmico dos produtos disponíveis⁵⁶ na capital mineira, retomamos um dos primeiros temas do artigo: a Kodak. O anúncio encontrado em três diferentes edições do *Diário de Minas* entre setembro e outubro de 1960⁵⁷ apresentava a Kodak Brownie Starlet e retomava o tradicional logo da companhia, “Apenas aperte o botão...”, mas acrescentando uma frase importante, que aponta para um novo mercado em ascensão: “Para bater também fotos coloridas maravilhosas!” (Figura 8). Se, por um lado, o slogan se baseava na tradição, já que a Starlet “é uma câmara que funciona com a tradicional simplicidade das câmeras Brownie Kodak”, por outro, colocava a fotografia colorida como um lugar possível para o consumidor desse tipo de câmera. Desta forma, mesmo para o fotógrafo que permanecia associado ao legado da Brownie, o campo de possibilidades se ampliava. No caso belo-horizontino, por exemplo, nos anos 1960, a fotografia em

cores já era uma opção viável para os fotógrafos amadores. Segundo Luana Campos,⁵⁸ é nesse período que o proprietário do Foto Elias irá inaugurar mais um de seus empreendimentos: o Laboratório Belcolor, especializado na revelação e ampliação de fotografias coloridas. O sucesso da empresa repercutiu nas décadas seguintes, fazendo do estabelecimento uma referência até a década de 1990.



Figura 8

Anúncio da Kodak Brownie Starlet.

Fonte: Diário de Minas (1960, p. 9).

DE REVELADORES DE FILME A ESPAÇOS DE FORMAÇÃO E SOCIALIZAÇÃO

Entre os estabelecimentos que prestavam serviços fotográficos em Belo Horizonte, a Mesbla era a que publicava a maior quantidade de anúncios nos periódicos. Além de mais frequentes, seus reclames eram consideravelmente mais elaborados, com ilustrações, reproduções de produtos e outras estratégias comerciais. A empresa, criada no Rio de Janeiro em 1939, já na década de 1940 possuía uma série de filiais em várias capitais brasileiras. Apoiada na tradição dos magazines, a loja ofertava uma gama variada de produtos para todas as demandas do lar. Todavia, apesar de contar com uma clientela regular, apoiada em um sistema de crediário próprio, a Mesbla não era o único destino para os fotógrafos, profissionais ou amadores, da cidade.

Em uma abordagem bem mais singela do que os da Mesbla, os reclames do Foto Retes (Figuras 9, 10 e 11) anunciavam aos leitores que o estabelecimento possui “material fotográfico em geral”, além de filmes para raio x e “máquinas fotográficas de todos os tipos”. Apenas o anúncio publicado em 1958 se apoia na “tradição no comércio fotográfico”. Como já mencionado, o Foto Retes foi inaugurado pelo pioneiro da família ainda nos primeiros anos de existência de Belo Horizonte. Apoiada nessa tradição familiar, sempre associada à qualidade dos serviços e produtos

oferecidos, a Foto Retes era referência para os amadores que queriam revelar seus filmes.



Figura 9

Anúncio Foto Retes.

Fonte: Estado de Minas (1957b, p. 6).



Figura 10

(ao lado) - Anúncio Foto Retes.

Fonte: Estado de Minas (1957c, p. 6).



Figura 11

Anúncio Foto Retes.

Fonte: Diário de Minas (1958, p. 4).

O jornal *O Diário*, em seu guia “Como comprar em Belo Horizonte”, na edição de primeiro de dezembro de 1957, anunciava o Foto Elias como referência no setor fotográfico (Figura 12).



Figura 12

Anúncio Foto Elias.

Fonte: O Diário (1957, p. 11).

Elias Aun conseguiu transformar um pequeno estúdio de retratos, iniciado com uma câmera adquirida em um leilão, em um dos grandes estabelecimentos do ramo na capital. O Foto Elias oferecia uma gama variada de serviços, que incluíam desde a produção industrial de equipamentos de laboratório, passando pela venda de dispositivos de primeira linha, até seu produtivo sistema de “retratos para identidade”, desenvolvido de maneira quase artesanal. Em 1957, o estabelecimento ainda ficaria em segundo lugar em um concurso de vitrinas organizado pela prefeitura.⁵⁹

Como destacamos em tópicos anteriores, a prática fotográfica amadora, principalmente a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, diluiu-se em uma gama significativa de expressões. O “apertar de botão” nascido no final do século XIX, com sua prática restrita a uma técnica limitada, foi apropriado e ressignificado pelas mais diversas empreitadas. Esse percurso, marcado pela busca da simplificação e do barateamento dos processos, mas também da qualidade técnica, formou uma nova geração de público amador. Por mais que grande parte dos praticantes se contentasse com um conhecimento superficial do processo, algumas pessoas, mais interessadas e exigentes, buscavam aprofundar seus conhecimentos sobre a fotografia. Em Belo Horizonte, as casas comerciais especializadas em fotografia passaram também a exercer um papel fundamental na formação dos praticantes amadores. A atenção à experiência específica de um praticante, Wilson Baptista, contribui para elucidar a questão.

Nascido em Belo Horizonte em 1913, Wilson Baptista é filho único. Graduado em Direito, trabalhou como taquígrafo antes de assumir o lugar de seu pai como titular de um cartório da capital. Ainda adolescente, em 1929, Wilson foi apresentado à fotografia e adquiriu com um colega de ginásio, por 25 mil réis, sua primeira câmera, uma Kodak Brownie. A partir de então, passou a se dedicar ao registro de encontros de famílias e amigos. No entanto, a pequena câmera box não satisfazia os impulsos do curioso fotógrafo e, já no início da década de 1930, ele adquiriu um modelo Agfa de filme Pack na Casa Lutz Ferrando:

Quando chegou em 1934, eu comprei uma “maquinazinha” um pouco melhor, uma Agfa de filme Pack que era o último modelo. Não existe mais hoje, pelo menos não tenho notícia. Era um sistema muito interessante, vinha uma caixinha com

seis filmes, folhas de seis filmes e você puxava uma lingueta, esse filme saía de trás e passava pro plano de foco da máquina.⁶⁰

Segundo Wilson, foi aí que ele começou a “bater umas fotografias mais caprichadinhas”, já que a câmera possuía um obturador mais rápido e uma objetiva de melhor qualidade. Contudo, foi a abertura do Foto Elias em 1934 que fez Baptista entrar definitivamente no mundo da fotografia.

A amizade com o proprietário da loja, Elias Aun, influenciou o então jovem funcionário da prefeitura de Belo Horizonte. Baptista conta que seu salário era limitado e que não tinha como comprar os últimos lançamentos, tais como a Leica e a Exakta, “umas senhoras máquinas”.⁶¹ Contudo, Elias deixava Wilson levar alguns desses modelos para que fizesse testes em casa, e assim, o fotógrafo ia se familiarizando com diversas câmeras, como a Rolleiflex, a Super Ikonta e a Voigtländer. No final de 1938, Elias Aun pleiteou a representação da Zeiss Ikon em Belo Horizonte, estabelecendo como meta vender três câmeras - e um dos clientes em vista era exatamente o amigo Wilson Baptista. A câmera era uma Zeiss Ikon Contax e custava cerca de oito vezes o salário que Baptista recebia, mas a proposta de Aun foi tentadora: comprar a câmera a preço de custo e na quantidade de parcelas que ele achasse conveniente. Todavia, as primeiras experiências foram um pouco frustrantes:

Comprei a máquina, apanhei feito um cachorro de cego viu só... Porque era outro mundo, uma máquina com telêmetro, uma objetiva muito poderosa, com um obturador muito rápido, sabe? E sobretudo, formato de 35mm, que era outra coisa. Muito mais exigente. Apanhei pra danar e tal. Conseguí fazer umas fotografias.

Paralelamente, Baptista foi adquirindo revistas e livros sobre fotografia. Da então namorada e futura esposa, ganhou uma coleção da Little Technical Library com cerca de dez volumes. Não satisfeito, Wilson recomendava com frequência os últimos lançamentos sobre o tema, livros e revistas, através da Livraria Oscar Nicolai. Segundo ele, cada vez que um novo livro chegava à loja, especializada em importações, o gerente o comunicava para saber do seu interesse. Os novos conhecimentos adquiridos eram rapidamente transmitidos aos colegas, que também frequentavam o Foto Elias. Segundo Wilson Baptista, durante os finais de semana a loja de Elias Aun funcionava apenas até o horário do almoço, e depois do expediente uma turma se reunia com regularidade para compartilhar experiências. Na ausência de espaços para a formação dos fotógrafos mais curiosos, o Foto Elias funcionava como catalisador, formando os primeiros laços de sociabilidade entre os amadores da capital.

“LEMBRADO PARA SEMPRE... ATRAVÉS DE UMA FOTOGRAFIA FELIZ”

Para François Brunet, a transformação da fotografia em uma prática de massa, fenômeno diretamente relacionado ao desenvolvimento da Kodak a partir de 1888, implicava a sua refundação enquanto um “instrumento da memória e da fantasia ordinária”.⁶² Essa afirmação nos permite dizer que a difusão da prática fotográfica vislumbrada pela companhia



americana e o consequente sucesso da empresa estavam diretamente relacionados à capacidade de seus produtos se inserirem no campo dos valores e das pretensões cotidianas do seu público consumidor.

Desde o lançamento do primeiro modelo da Kodak, mas principalmente após a chegada da Brownie em 1900, assistiu-se à inserção da prática da fotografia no registro do lazer e do cotidiano familiar, atuando como uma espécie de “bloco de notas”⁶³ para as memórias da família. Em alguns exemplos extraídos da realidade belo-horizontina, é possível perceber como essa tendência se desenvolveu em meados do século XX.

No anúncio publicado no jornal *Estado de Minas* do dia 4 de dezembro de 1956, a Kodak promove seu filme “Verichrome”, opção mais econômica e indicada “para as fotos ao ar livre, ou com flash, em interiores” (Figura 13). No entanto, o destaque do reclame não está na imagem do filme, mas na reprodução de um retrato de uma menina, posando com os braços apoiados sobre o galho de uma pequena árvore. Deixando um pouco de lado a pose, que foi e é uma presença constante nos álbuns de família, gostaríamos de concentrar nossa atenção sobre a mensagem do anúncio: “A primavera passa... mas as suas memórias ficam para sempre guardadas na ‘memória’ da fotografia”.



Figura 13
Anúncio do filme Verichrome (Kodak).
Estado de Minas (1956a, p. 9).

Em abordagem semelhante, a mesma Kodak publicaria, na semana seguinte, um anúncio do Tri-X, “o mais rápido dos filmes” (Figura 14). Como no anúncio do Verichrome, o reclame, publicado no dia 11 no mesmo jornal, é ilustrado com uma reprodução fotográfica. A imagem, tomada em um interior, registra uma menina brincando em meio aos livros, na biblioteca. A brincadeira é retomada pela mensagem do anúncio, que reforça: “Brincando de ‘ler’... lembrado para sempre... através de uma fotografia feliz”.



Figura 14
Anúncio do filme Tri-X (Kodak).

Fonte: Estado de Minas (1956c, p. 5).

Nos dois anúncios, as reproduções fotográficas exercem uma dupla função. Em primeiro lugar, elas ilustram perfeitamente a aplicabilidade dos dois filmes: o primeiro, com uma sensibilidade mais baixa, seria ideal para os momentos de lazer ao ar livre; já o segundo, popular inclusive entre profissionais, era sensível o bastante para fotos de interior, sem a necessidade de iluminação auxiliar. A segunda imagem é ainda mais significativa, já que foi justamente a qualidade do filme que permitiu um flagrante sem a utilização do flash. Mas as imagens também se relacionam com o discurso sobre a utilidade da prática da fotografia, tendo em vista o registro do cotidiano familiar. Neste sentido, o jogo de palavras do primeiro anúncio não poderia ser mais feliz, na medida em que figurativamente promove uma memória que é própria do registro fotográfico.

Embora seja necessário minimizar a retórica desses reclames publicitários,⁶⁴ não é possível ignorá-los, já que são parte constituinte da formação dos praticantes amadores em fotografia. Ana Maria Mauad argumenta que o ato de fotografar,

muitas vezes espontâneo, outras tantas objetivamente analisado, nunca é inocente, pois está sempre imbuído de uma informação cultural. O enquadramento, a nitidez, o tamanho, o formato, o sentido, a direção e equilíbrio da foto fazem parte de uma cultura fotográfica, na qual todo aquele que adquire um aparelho fotográfico, por mais simples que seja, passa a compartilhar. Esse contexto cultural é variado e amplo, mas sempre existe uma ideologia que predomina e exerce a sua hegemonia, através da educação do olhar.⁶⁵

Como destaca Ana Maria Mauad, essa “educação do olhar” dos amadores, presente desde os primeiros processos fotográficos destinados a esse público, é mediada pela compreensão de que o registro fotográfico nunca é puro, mas relaciona-se a uma carga de cultura geral e outra específica da fotografia. Por outro lado, apesar desse ambiente plural e diverso, é possível localizar algumas permanências, fenômenos recorrentes e até mesmo discursos hegemônicos. Desta forma, os anúncios precisam ser abordados como expressões significativas, que contribuem para a

compreensão da prática fotográfica amadora mas não a determinam.⁶⁶ A aproximação da prática fotográfica do registro da intimidade familiar, por exemplo, iniciada pela Kodak, serviu de parâmetro para outras companhias.

No dia 23 de setembro de 1953, a Ansco, empresa britânica especializada na fabricação e comercialização de filmes fotográficos, publicou um anúncio no jornal *Diário de Minas* (Figura 15). O reclame, que ocupa parte do canto inferior esquerdo da página, não é caracterizado por grafismos e ilustrações, mas pela reprodução de uma fotografia, um "instantâneo" de uma jovem mulher durante uma pescaria.



Figura 15

Anúncio Ansco.

Fonte: *Diário de Minas* (1953d, p. 15).

Diferentemente de boa parte dos anúncios recolhidos, não foram acrescidos slogans ou frases de efeito, apenas um texto:

Nada conserva melhor as lembranças de umas férias como as boas fotografias. De regresso ao escritório, depois de algumas semanas de descanso, a contemplação das fotos nos trará agradáveis recordações. Eis algumas das regras fundamentais para se tirarem instantâneos durante as férias, como a que aparece junto: Procure sempre incluir algo vivo na fotografia. Frequentemente, as paisagens marítimas ou terrestres adquirem muito mais valor se aparece em primeiro plano uma pessoa, com a condição dessa pessoa não estar olhando para a objetiva. Se está usando um filme preto e branco, não se deixe entusiasmar pelo colorido da paisagem. Não se esqueça antes de ser apertado o obturador que as cores não irão aparecer na fotografia. Procure, em cada fotografia, contar uma história. Quanto mais interessante seja a narrativa, melhor será a fotografia. (Foto Ansco).

Se nos anúncios da Kodak as instruções de uso são dadas de maneira rápida e objetiva, no anúncio da Ansco o texto reproduz tanto o cenário de composição da imagem quanto o de sua contemplação. O registro das férias nas fotografias é a garantia de poder recorrer às "agradáveis recordações" sempre que preciso. Todavia, são as instruções para a realização dos instantâneos que ocupam a maior parte do texto. As dicas, que variam desde a escolha e abordagem do tema até uma importante ressalva sobre as fotografias em preto-e-branco, são encerradas pela afirmação de que o fotógrafo deve buscar sempre contar uma história,

compor uma narrativa através da imagem. Esse papel de síntese dos melhores momentos do passado certamente se relaciona ao “bloco de notas” de que falava Brunet.⁶⁷

A insistência na temática da memória familiar também se expressará em outro tipo de anúncios, publicados em dezembro de 1956 e 1957 nos jornais da capital mineira.



Figura 16
Anúncio Kodak.
Fonte: Estado de Minas (1956b, p. 3).



Figura 17
Anúncio Kodak.
Fonte: Estado de Minas (1956d, p. 3).



Figura 18
Anúncio Kodak.
Fonte: Estado de Minas (1957b, p. 3).



Figura 19
Anúncio Kodak.
Fonte: Estado de Minas (1957c, p. 3).

Diferente dos demais anúncios comentados até o momento, essa série se baseia na recomendação de que os retratos familiares, desde que realizados por um profissional, podem servir de presente de natal às “pessoas queridas”. Essa prática está relacionada ao tradicional recurso dos fotógrafos de estúdio para a realização de solenes e posadas fotografias de família.

Em 1888, os primeiros usuários da Kodak já haviam assimilado a importância da fotografia para a conservação da memória familiar. As visitas aos estúdios de fotógrafos eram recorrentes entre as classes mais abastadas. Como ressalta Brunet, o registro era mediado pelo fotógrafo e sua técnica, cercada de protocolos e poses socialmente difundidas; não se tratava de um “ato de ver”,⁶⁸ mas sim de ser visto. Os retratos sugeridos pela Kodak nos anúncios estariam mais relacionadas a uma prática de “ser visto”, ou seja, à promoção de uma imagem e de uma memória oficial, e por vezes pública, da família.

Na intimidade do lar, o fotógrafo amador se tornava produtor de suas próprias imagens. Contudo, uma análise essencialmente centrada em uma suposta liberdade de criação desses novos produtores de fotografia seria enganosa. É preciso levar em conta que, mesmo sem compartilhar dos paradigmas e protocolos da técnica fotográfica, esses fotógrafos estavam cercados por uma série de condicionamentos que, apesar de não serem determinantes, influenciavam sobremaneira na sua prática.

O primeiro desses condicionamentos já foi mencionado no início do texto e diz respeito às limitações técnicas do aparelho. Os amadores só teriam sucesso na tomada de imagens se fotografassesem em condições de boa iluminação, o que muitas vezes restringia o uso do aparelho a ambientes externos. Outros condicionamentos mais indiretos deviam-se ao fato da prática da fotografia não se realizar de maneira isolada, mas associada a uma série de elementos de uma cultura global, partilhada e difundida pelas mais diversas vias. A herança dos retratos de estúdio, por exemplo, não pode ser ignorada; apesar da pretensa ruptura, muitas vezes o que se observa é a permanência de certa sintaxe visual, com destaque para a pose. Desta forma, os anúncios publicitários de câmeras e suprimentos fotográficos também contribuíram consideravelmente para a formação visual dos “apertadores de botão”. A Kodak, desde suas primeiras campanhas publicitárias, insistiu em abordagens didáticas e ilustrativas, que funcionavam como verdadeiros guias de utilização.

Em suas versões no território brasileiro, os anúncios da Kodak mantinham a mesma tendência:

Voltada para a educação de um público mais amplo, e consumidores em potencial, estava a publicidade da Kodak que, desde a década de 1920, passou a publicar anúncios nas principais revistas ilustradas. Nestes, a Companhia sempre apresentava a forma mais fácil, interessante e correta de gravar os momentos da vida diária nas suas diversas expressões.⁶⁹

Através de uma retórica que aliava a facilidade de operação às potencialidades do registro do cotidiano, a Kodak marcou uma tendência replicada por companhias de todo o mundo.

DA SOCIEDADE FOTOGRÁFICA DE BELO HORIZONTE AO FOTO CLUBE DE MINAS GERAIS

Nos tópicos anteriores foi possível discutir como se desenvolveu, em termos de tecnologia e publicidade, um mercado próprio para os fotógrafos amadores. Essa discussão se centrou em expressões da realidade social belo-horizontina que atestam o desenvolvimento e a diversificação da prática ao longo das décadas de 1950 e 1960. Contudo, a percepção de que a prática amadora se desenvolvia na capital mineira remonta a um período anterior.

Jayme Moreira Luna, fotógrafo amador nascido no interior de Minas Gerais, mas desde jovem radicado no estado do Rio de Janeiro, foi um dos responsáveis pela fundação,⁷⁰ em meados da década de 1940, da Sociedade Fluminense de Fotografia (SFF),⁷¹ uma agremiação de fotógrafos amadores criada em Niterói como alternativa ao tradicional Photo Club Brasileiro. Interessado em criar uma instituição do mesmo gênero em Minas Gerais, Jayme recorreu à lista de assinantes fornecida pela *Revista Kodak* e, em uma primeira iniciativa, enviou uma série de ofícios a amadores residentes em Belo Horizonte. O fotógrafo partia do princípio de que, por serem assinantes da revista, aquelas pessoas teriam um interesse acima da média pela prática fotográfica.

A *Revista Kodak*, como destaca Mauad, era voltada exclusivamente à prática fotográfica:

Através de seus artigos relatando experiências bem-sucedidas com produtos Kodak, vendiam o produto e usavam uma forma bem norte-americana de produzir a imagem. Neste caso, a forma de expressar e o conteúdo de expressão eram totalmente controlados pelo canal emissor. Assim valores e formas identificados com a estética norte-americana, que nada tinha a ver com a realidade carioca, eram transmitidos como a justa representação, a única possível. Este tipo de publicidade entrou pela década de 1950 e através de seu teor educativo moldou gostos e criou modas.⁷²

O contato com a revista se destacava como uma experiência rumo ao aprofundamento na temática. Se a publicidade da Kodak se dirigia principalmente aos “batedores de chapa”, a revista, publicada desde a década de 1930 no Brasil, vinha sanar as demandas de um público mais interessado.

Para Pierre Bourdieu,⁷³ o crescente interesse por uma prática mais exigente da fotografia pressupõe a neutralização de suas funções

tradicionais, quais sejam a da integração do grupo e do registro dos momentos familiares. Essa recusa da função familiar da fotografia seria um sintoma da categoria dos aficionados, que começam a passar horas do seu tempo no laboratório se dedicando aos mistérios da imagem fotográfica. Em outras palavras, o praticante deixa de se esmerar no culto da memória familiar - verdadeira devoção, segundo o autor - para se dedicar a uma prática transgressora de exceção. Bourdieu classifica como *déviant*s (transgressores), os fotógrafos amadores que romperam com a função previamente estabelecida à fotografia dentro do seu grupo social. Eles desvincularam a fotografia do mero registro do cotidiano familiar e passaram a se reunir em associações, reivindicando o status de artistas.

Através da realização regular de exposições, os membros de fotoclubes se diferenciavam dos demais amadores, principalmente porque suas imagens não se restringiam aos álbuns e à apreciação familiar. Desde as suas primeiras manifestações na Europa no fim do século XIX, esses fotógrafos se notabilizaram pela constante promoção pública de sua prática. Para Annateresa Fabris, essas iniciativas estiveram primeiramente associadas à intenção de defender a perspectiva artística da prática fotográfica.⁷⁴ A fotografia que até então era exposta em feiras e exposições universais pelo aspecto da curiosidade técnica começava a ganhar autonomia enquanto criação artística. Por outro lado, a relação inaugural com os parâmetros estéticos da escultura e sobretudo da pintura perdurou como uma das principais características da produção fotográfica artística do período.

Desde as primeiras iniciativas de realização de salões, os clubes abriam chamadas para contribuições em periódicos e, através de correspondência com outras agremiações, solicitavam o envio de fotografias. As imagens escolhidas eram expostas, e entre elas eram escolhidas as ganhadoras do salão. Esse processo se tornou ainda mais complexo ao longo do século XX, principalmente em virtude da expansão das agremiações, que proporcionou um intercâmbio ainda mais intenso. Neste contexto, periódicos especializados - muitos deles nascidos no interior de fotoclubes - passaram a repercutir o cotidiano das exposições.

No Brasil, apesar do registro de algumas manifestações no início do século XX, apenas nos anos 1940 a prática fotoclubística começa a se expandir consideravelmente, mediada principalmente por amadores de algumas capitais e de cidades do interior de São Paulo. Fazia parte da rotina de qualquer fotoclube organizar mostras, salões e exposições. Esses eventos contavam com a participação de várias agremiações, que submetiam suas cópias fotográficas e concorriam aos prêmios oferecidos pela mostra. No entanto, como a maioria dessas imagens pertencia a acervos particulares, os principais indícios desse intercâmbio são os catálogos das exposições. O circuito amador, bastante ativo nas décadas de 1950 e 1960, apresenta características próprias, por vezes com práticas muito diversas e relacionadas a outras demandas às quais a prática fotográfica permaneceu associada no período.

Graças ao rico acervo mantido pela Sociedade Fluminense de Fotografia, foi possível encontrar uma cópia do ofício de Jayme Luna

aos fotógrafos mineiros. A carta, antecipada pelo logo da SFF, é marcada pela formalidade e, em primeiro lugar, busca apresentar a instituição fluminense:

Com uma evolução muito rápida, esta agremiação muito cedo passou a prestar inestimáveis serviços, não só a terra fluminense como á nossa Pátria, enviando periodicamente á todos os recantos do Universo, suas fotografias que, assim, levam aos mais diversos países, as afirmações de nossa cultura e o grau de nossa civilização e ainda, os mais lindos flagrantes de nossas belezas naturais.⁷⁵

Em seguida, o autor ressalta sua naturalidade, afirmando ser mineiro de nascimento e apaixonado por seu estado. Jayme, segundo suas próprias palavras, sente “um doloroso remorso por não ter sido feliz nas várias tentativas para se fundar uma agremiação no território dessa histórica terra de Minas Gerais”. Para convencer da importância da criação de um clube em Minas Gerais, o fotógrafo faz alusão à possibilidade de, através da participação em exposições nacionais e estrangeiras, as imagens produzidas pelos fotógrafos da cidade serem exibidas em diversos clubes espalhados pelo globo. A carta é encerrada por um apelo ao fotógrafo destinatário que, se simpatizante da causa, era convidado a enviar o endereço de outros amadores aficionados de seu conhecimento. O autor ressalta ainda o sucesso da iniciativa de criação de outras agremiações por meio desse intensivo trabalho de articulação.

A reunião em fotoclubes, como destacam Castel e Schnapper,⁷⁶ proporciona um meio de se passar de uma prática básica da fotografia para uma prática especializada, no seio de um grupo que fornece as receitas para o aprofundamento. Além disso, o que está em jogo é também a possibilidade de distinção pelo reconhecimento social de sua atividade artística, inserida em um dinâmico circuito internacional de imagens.

Apesar de não estar assinado, o ofício é encerrado pelo nome datilografado de Jayme Moreira Luna. Desta forma, a presença desse exemplar no acervo da SFF pode indicar que o documento nunca tenha sido enviado, ou que aquela não era uma versão definitiva, mas apenas um rascunho abandonado entre documentos de naturezas e temporalidades diversas. Mas tratando-se de uma versão final ou não, o documento é um importante referente para compreender como se dava o diálogo entre o presidente da SFF e os fotógrafos amadores mineiros. Neste sentido, outros documentos conservados no acervo da SFF parecem fundamentais: as cartas enviadas em resposta por alguns dos fotógrafos amadores belo-horizontinos.

Ao todo, foram encontradas no acervo da SFF três cartas em resposta ao ofício enviado por Luna. A primeira, datada de 16 de julho de 1951, é de autoria de José Borges Horta. O texto começa com a afirmação de que a criação de um clube de fotógrafos em Belo Horizonte responde diretamente aos anseios daquele fotógrafo, e acrescenta: “Atendendo a seu pedido dou abaixo uma relação de fotógrafos e cinegrafistas, amadores ou semiprofissionais cujos endereços pude obter no momento”. Na lista foram dispostos dezenove nomes de amadores com seus endereços, dentre eles figuras como o pintor Francisco Fernandes e Aníbal Mattos,



presidente da Sociedade Mineira de Belas Artes, responsável, desde o início do século XX, pela realização do Salão de Belas Artes.⁷⁷

A segunda resposta, de Geraldo Lessa, data de 4 de agosto. Lessa acusa o recebimento da carta e agradece pela doação de exemplares da revista de fotografia então editada pela SFF e do catálogo da Segunda Exposição Mundial de Fotografia. Em seguida, o amador, assim como Horta, trata da expectativa em torno da criação de um clube em Belo Horizonte, ressaltando que “tem havido muito intusiasmo [sic] ultimamente pela fotografia e o número de pessoas que se dedicam a esta útil e bela arte, aumenta sempre”. Lessa também envia uma lista⁷⁸ com amadores que conhece, dentre eles alguns nomes já mencionados por Horta. Eugênio Vidigal, Aníbal Mattos e Josaphat Penna são novamente lembrados, entre outras personalidades como Edmundo Fontenelle e o filho de Aníbal, o artista plástico Haroldo Mattos.

A terceira resposta foi enviada por Eugênio Vidigal Amaro, comerciante português erradicado em Belo Horizonte. Assim como Horta e Lessa, Amaro não parece surpreendido com a ideia da criação de um clube na cidade; pelo contrário, para ele a carta de Luna não poderia ter vindo em melhor hora, afinal ele acabara de discutir longamente com Constantino de Carvalho, dono de um “Studio” na capital, sobre o assunto. Ele também agradece pelo envio dos exemplares da revista da SFF e de uma cópia do estatuto da agremiação fluminense. Atendendo ao pedido de Luna, Amaro apresenta uma lista⁷⁹ com fotógrafos amadores que ele acreditava que teriam interesse pelo ingresso em uma agremiação com finalidades artísticas. Entre os listados por Amaro, estava seu cunhado Helton dos Santos.

Esse conjunto de cartas surge como elemento significativo para se pensar, através das expectativas dos fotógrafos mineiros, como se definiam as bases de uma agremiação em Belo Horizonte. As listas, por sua vez, revelam pequenos circuitos de sociabilidade e, mesmo trazendo alguns nomes em comum, apontam para uma grande diversidade de amadores. Outra questão fundamental é que, a julgar pelas figuras já destacadas até aqui, tratava-se de um grupo heterogêneo de praticantes, marcado talvez por diversos níveis de aprofundamento na prática fotográfica. Contudo, trata-se de um período de articulação, e é preciso analisar outras referências antes de conformarmos um panorama conclusivo.

Na correspondência mantida pela Sociedade Fluminense de Fotografia, para além da cópia do ofício enviado e as três repostas dos amadores mineiros, também é possível encontrar quatro réplicas de Jayme Moreira Luna: uma enviada a Eugênio Vidigal Amaro, datada de 21 de agosto de 1951; duas endereçadas a Borges Hortes (sem data); e uma a Geraldo Lessa (sem data). É interessante perceber nas respostas de Luna os avanços em relação aos primeiros contatos.

Na carta enviada a Amaro, o presidente da SFF, motivado pelos primeiros resultados da correspondência, reafirma a importância de um clube de fotografia, capaz de prestar “reais serviços á civilização, á cultura e á propaganda, não só de sua cidade como a Pátria Brasileira”. Segundo Luna, mesmo o clube de Niterói teria nascido do idealismo de



poucos, e naquele momento já permanecia em contato com agremiações congêneres de mais de cinquenta países. O amador ainda ressalta que cidades “incomparavelmente menores que a linda capital mineira, já organizaram associação fotográfica”. Em seguida, afirma que permanece em contato com José Borges Horta e Geraldo Lessa, encaminhando inclusive seus endereços - apesar de ser possível supor que já havia contato entre os fotógrafos, principalmente pelo fato de que Amaro está presente na lista composta pelos outros dois amadores. Luna insiste ainda que gostaria de estar presente quando da fundação do clube e, inclusive, sugere o Sete de Setembro como data oportuna para tanto. Colocando-se de prontidão, o fotógrafo promete contribuir com que estiver ao seu alcance, comprometendo-se inclusive a levar algumas cópias montadas em cartolina para montar uma primeira exposição do clube.

A carta a Geraldo Lessa, por sua vez, é marcada pelo otimismo: “a fundação de uma sociedade fotográfica nessa capital está mais próxima do que na realidade pensava”, ressalta Luna. Em seguida, como em uma tentativa de justificar a sua insistência para o sucesso da empreitada, Jayme se recorda de sua infância, parcialmente vivida em Belo Horizonte. Sua mineiridade, desta forma, legitimava o papel fundador que viria a exercer na criação do clube. Para Luna aquele era o momento propício, principalmente em comparação com as outras vezes que esteve em Belo Horizonte:

Estive, já, em Belo Horizonte com este intuito, porém verifiquei que a época - durante a guerra - era muito imprópria, porém agora, estou em contato com pessoas como o Snr. José Borges Horta, residente a Rua Gonçalves Dias, 92, que possivelmente não se furtará a prestar este serviço ao Estado e ás artes do Brasil. Pediria ao presado coestaduano, procurar o senhor Horta afim de, juntos, promoverem uma reunião com o comparecimento de, pelo menos, algumas das pessoas cujos nomes teve a gentileza de me enviar, e de outras, que o senhor Horta tem em seu poder, e assim, organizar a sociedade, que, por certo, muito servirá á Capital, o Estado e á nossa Pátria.

As duas cartas não datadas para José Borges Horta também tratam da articulação para criar o clube. A que supomos que seja a primeira,⁸⁰ assim como a carta enviada a Eugênio Vidigal Amaro, ressalta, em primeiro lugar, o estranhamento de Luna com o fato de Belo Horizonte, “uma das maiores capitais do Brasil”, não possuir ainda o seu clube de fotógrafos amadores. Neste percurso, o fotógrafo volta a insistir na importância dessas agremiações para a cidade, servindo como verdadeira entidade de propaganda. Jayme ressalta novamente sua identidade mineira e o papel que a Sociedade Fluminense de Fotografia exerceu na criação de outros clubes pelo país, dentre eles a Sociedade Sergipana de Fotografia, localizada em Aracajú. No final, Jayme reafirma sua disponibilidade para contribuir de todas as formas possíveis com a empreitada.

Na segunda carta, Luna passa os contatos de Geraldo Coelho Lessa para Horta, no intuito de agilizar o encaminhamento das tarefas e unir as pessoas necessárias para a consolidação do clube. O presidente da SFF sugere ainda, de maneira despretensiosa, o nome de Sociedade Fotográfica de Belo Horizonte; e afirma a necessidade de que seja organizada uma

reunião, em que ele, apesar das dificuldades para tanto, compareceria para figurar como um dos membros fundadores da agremiação. Nas duas cartas, Luna encerra ressaltando a importância de que Horta entrasse em contato com Wilson Baptista, "uma das pessoas com que sempre correspondi". Jayme afirma inclusive já ter visitado Baptista anteriormente com intenção de fundar o clube, mas - como já havia mencionado na carta enviada a Lessa - naquele momento não havia "um clima propício". Na segunda carta, Luna insiste ainda que Horta contatasse Hélio Lodi, "pessoa muito relacionada em Belo Horizonte e que também já procurou a S.F.F. Tem ele duas irmãs também amadoras que poderão pertencer ao quadro social da nova sociedade".

Em períodos anteriores e com a contribuição de Wilson Baptista, o projeto de criar uma agremiação em Belo Horizonte já havia sido levado a cabo por Luna. Há indícios de que, diferentemente dos outros fotógrafos com os quais ele começava a se corresponder, o contato com Baptista remontava pelo menos à década anterior à criação do clube. De fato, o fotógrafo era uma expressão singular da prática artística em fotografia na cidade.

Wilson Baptista surge apenas de maneira indireta na correspondência, sem ser citado nas listas enviadas por Lessa, Horta e Amaro. Em uma demonstração das peculiaridades de um tempo em que a troca de informação via correspondência não acompanhava a velocidade dos acontecimentos, a importância de Baptista para a consolidação de um clube em Belo Horizonte não é descrita nessas primeiras cartas. Na correspondência, fica evidente a busca de Luna para se consolidar como pioneiro da agremiação em Belo Horizonte, fato reforçado por elementos simbólicos importantes, como a tentativa de afirmar sua "mineiridade" em todas as cartas. À primeira vista, fica claro o papel preponderante da SFF na criação do clube em Minas Gerais. Contudo, entre a Sociedade Fotográfica de Belo Horizonte, pretendida por Luna, e a criação do Foto Clube de Minas Gerais, há aspectos que apenas a experiência de Wilson Baptista pode revelar.

A aquisição da Contax na década de 1930 contribuiu significativamente para o interesse de Baptista em aprofundar seus conhecimentos fotográficos, tanto em sua dimensão técnica quanto artística. Em virtude de seus avanços e movido por sua curiosidade, Baptista passou a se corresponder com outros interessados no assunto, entre eles o próprio Luna. E é a esta rede de contatos que o fotógrafo credita o convite para a realização do Primeiro Salão Brasileiro de Fotografia, organizado pelo Photo Club Brasileiro na Associação dos Artistas Brasileiros, em 1940.

Motivado pelo aceite de suas fotografias na mostra, Wilson Baptista torna-se um consumidor assíduo de livros, manuais e periódicos sobre o tema.⁸¹ Sua participação na primeira exposição nacional do FCB era um primeiro passo para consolidar uma produção artística que vinha se desenvolvendo de modo isolado, restrita à apreciação de familiares e amigos. Luna chegou até Baptista graças ao arquivo mantido pelo FCB

com a listagem de seus expositores - e não pela lista de assinantes da Revista Kodak, como ocorreu com os outros amadores.

Baptista, que praticava a fotografia como expressão artística de maneira compulsiva,⁸² já no final da década de 1930 possuía uma grande coleção de periódicos (nacionais e estrangeiros), que remontavam inclusive a períodos anteriores. Já os demais praticantes, assinantes da *Revista Kodak*, um periódico de caráter introdutório, ainda buscavam referências iniciais para a prática artística. Essa diferenciação é importante para entendermos o papel de Baptista no Foto Clube de Minas Gerais, já que, não por outro motivo, ele será eleito o primeiro presidente do clube.

Se na correspondência vislumbramos um cenário de expectativas, foi em outra fonte que encontramos dados efetivos da criação do clube. De acordo com a ata de fundação:

Aos vinte e cinco (25) dias do mês de agosto de mil novecentos e cinqüenta e um (1951), na sede da Associação dos Taquígrafos Brasileiros, à Avenida Amazonas, Edifício Dantes, sala 321, às quinze horas. Presentes os foto-amadores que esta subscrevem, foi levantada a idéia de que, não tendo Belo Horizonte uma Sociedade Fotográfica, se fundasse uma, nos moldes aproximados das já existentes no Rio, São Paulo e Niterói.⁸³

Apenas quatro dias após a resposta de Jayme Luna a Eugênio Vidigal Amaro, o clube foi criado. Segundo Wilson Baptista, a reunião na sede da Associação dos Taquígrafos, da qual era presidente, foi antecipada por uma convocatória na imprensa e surpreendeu pelo volume de pessoas que atraiu. Na assembleia de criação também foi definida a denominação “Foto Clube de Minas Gerais”, acatando sugestão de Augusto Pinheiro Moreira. Outros assuntos foram deliberados na primeira reunião, entre eles a constituição de um comitê diretor, responsável por elaborar os estatutos. O comitê contava com Wilson Baptista como presidente, José Borges Horta como tesoureiro, José Pinheiro Silva como secretário; e, como primeira medida, encarregou José Wolf, Paulo Ayres da Silva e Roberto Diniz da redação do estatuto. José Wolf, inclusive, apresentava aos demais como membro do Foto Cine Clube Bandeirante de São Paulo.⁸⁴ Por fim, Wilson Baptista coloca à disposição da recém-criada entidade a sede da Associação de Taquígrafos, até que seja providenciada instalação própria.

Nesse primeiro encontro estiveram presentes os senhores Francisco Fernandes, Haroldo Mattos, Levy Cunha, Ivan Martins Vianna, Augusto Pinheiro Moreira, Eugênio Vidigal Amaro, Helton Santos, Edmundo B. Fontenelle, Álvaro J. N. Guerra, José Teixeira Carvalho, Geraldo Coelho Lessa, Luiz Otávio Gomes, José Borges Horta, Diamantino Pimentel, José Wolf, Salomão Diniz Fontes, Marcos de Vasconcellos Gomes, Artur Ernesto de L. H. Ângelo, Paulo Ayres da Silva, Caio Líbano Soares, Nansém Araújo, Roberto Diniz Dantos, Wilson Baptista e Pedro Albuquerque. Alguns fotógrafos não puderam comparecer à reunião, mas através de representantes manifestaram seu desejo de fazer parte da agremiação; este foi o caso de Washington Wallace Prata e Bruno Roberto de Martins da Costa, representados por Francisco Fernandes; Stela Ribeiro Paes Leme, César Gonçalves e Alysson Faria por Augusto



Pinheiro Moreira; Aníbal Mattos por Haroldo Mattos; Leopoldo Bian e Plínio Mendonça Filho por Paulo Ayres da Silva; Nansém Araújo e Amílcar Viana Martins por Caio Líbano; além de Fábio Chaves de Couto da Luz. Hélio Lodi, com quem Luna se correspondia, e o próprio Jayme Moreira de Luna, foram representados por Wilson Baptista.

Os membros fundadores decidiram, como primeira iniciativa do clube, organizar uma exposição comemorativa que reuniria, além das fotografias dos membros do FCMG, imagens cedidas pela SFF. As imagens foram selecionadas em reunião⁸⁵ realizada em 5 de setembro de 1951 e expostas dois dias depois, no feriado nacional:

Foram apresentadas 123 fotografias que foram todas numeradas, e apresentadas, designadas pelo número de ordem e a legenda, sem menção do nome do autor pelos Dr. Milton Gontijo e Augusto Freire Neto, alheios ao Clube, e que prestaram esse serviço a convite do comitê dirigente. Feita a votação foram escolhidas 45 fotografias. Essa escolha obedeceu ao seguinte critério: tendo o Dr. Elias Aun se ausentado do início dos trabalhos, por motivo de força maior, permaneceram 23 sócios com voto. 43 fotografias reuniram 12 ou mais votos, obtendo a maioria, e essas então foram as escolhidas para a Exposição comemorativa da fundação do clube, e destinada a marcar o início de sua vida ativa. Foram montadas e serão expostas na Galeria do Edifício Dantés, juntamente com as que serão remetidas pela Sociedade Fluminense de Fotografia, que se associa à comemoração. As montagens foram oferecidas ao Clube pela Casa da Lente. Wilson Batista. Como presidente do comitê.⁸⁶

Mas foi apenas em dezembro de 1951, contando com o apoio moral e material da Sociedade Fluminense de Fotografia, que o FCMG conseguiu organizar o I Salão Mineiro de Arte Fotográfica. A exposição, de caráter nacional, consolidou a existência da agremiação tanto em Belo Horizonte quanto no circuito fotográfico aficionado do Brasil.

E foi a partir de então que os membros do clube passaram a se reunir primeiro às segundas e depois às quartas-feiras no Edifício Dantés. Na primeira reunião após as eleições (22 de outubro) compareceram apenas Wilson Baptista, Edmundo B. Fontenelle, José Wolf, José Borges Horta, José Pinheiro Silva, Thomas J. L. Landau e Helton Santos; e esse pequeno número de participantes foi uma constante nos meses que se seguiram. Apenas com o sucesso do I Salão (Figura 20), no final de 1951, resultado do esforço de um pequeno núcleo, que o clube passou a contar com uma movimentação significativa no seu quadro de sócios.

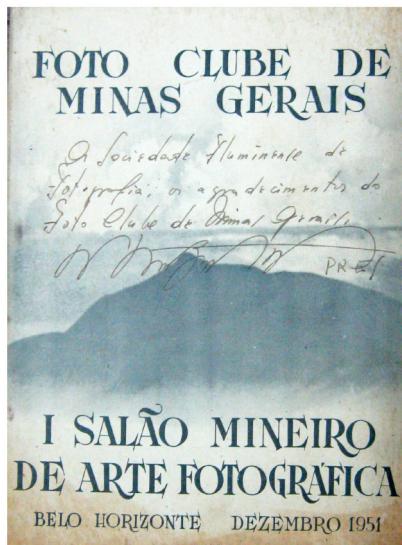


Figura 20

Agradecimento do Foto Clube de Minas Gerais à Sociedade Fluminense de Fotografia.

Fonte: Acervo da Sociedade Fluminense de Fotografia.

As atas não apresentavam muitos elementos do cotidiano do clube, restringindo-se normalmente a decisões administrativas. No entanto, em uma ata de fevereiro de 1952, são registrados indícios de algumas tensões. O secretário afirma que foram expedidos ofícios a Plínio de Mendonça Filho e Francisco Fernandes dos Santos, solicitando esclarecimentos sobre o não cumprimento de suas tarefas. Francisco Fernandes permaneceu como sócio, mas se desligou do conselho técnico, enquanto Plínio de Mendonça não justificou sua saída. Na mesma ata há a aprovação da entrada de novos sócios.⁸⁷

É possível afirmar que a trajetória do clube se iniciou de maneira significativa apenas em 1952. De maneira geral, o que se pretendia era fazer do clube um espaço de formação, tanto para aqueles que já possuíam certo conhecimento quanto para os que ainda se iniciavam na arte fotográfica. Mas para se consolidar perante o cenário de aficionados do país, era preciso que a produção, até então restrita a um pequeno círculo de amigos, se tornasse pública. Tendo em vista contemplar tanto o lugar de formação quanto a vocação para a produção do clube, a diretoria resolveu adotar três medidas: a realização de uma mostra para novos expositores, com o intuito de estimular os “calouros” do clube; a organização de concursos mensais temáticos;⁸⁸ e a criação de uma coluna sobre fotografia no jornal *Diário de Minas*, que contaria com a colaboração de todos os membros.

A descoberta dos artigos publicados no *Diário de Minas* representou um importante acréscimo para a reflexão sobre o cotidiano do clube. Como já mencionado, as atas das assembleias não traziam muitas informações sobre as atividades do clube e, se eram poucas no início, foram diminuindo gradativamente ao longo dos anos. Nos artigos, por outro lado, são feitos pequenos relatórios semanais das realizações e pretensões

do clube. Estes relatos, mesmo que curtos, indicam como funcionava a rotina de atividades dos membros.

Os artigos, publicados entre junho de 1952 e dezembro de 1953 (Figuras 21, 22 e 24), em uma primeira sequência, e entre junho e dezembro de 1957 (Figura 23), em uma nova edição, também apresentam apontamentos importantes para refletir sobre a apropriação e a diluição de valores, presentes tanto nos textos quanto nas imagens.



Figura 21
Esforço.

Fonte: Diário de Minas (1952b, p. 3). Foto: Eugênio Vidigal Amaro.

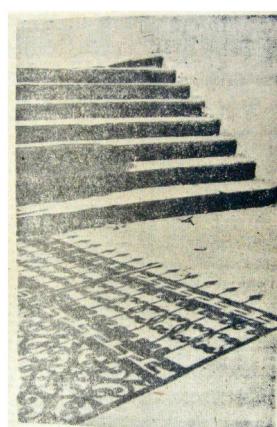


Figura 22
Luz e sombra.

Fonte: Diário de Minas (1953a, p. 3).Foto: Celso Cardão.



Figura 23
(acima) - Diário de Minas.
Fonte: Diário de Minas (1957a, p. 19).

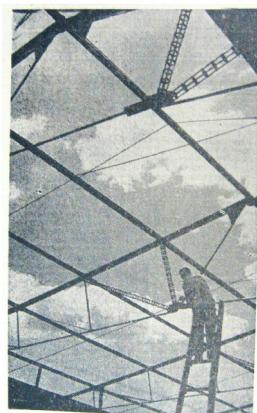


Figura 24
Estrutura.
Fonte: Diário de Minas (1953c, p. 3).Foto: Antônio Moreira.

Graças à sequência de textos publicados no *Diário de Minas* foi possível descobrir os concursos mensais e a “exposição de calouros. A referência aos concursos data do primeiro artigo publicado, sendo recorrente nos meses que se seguiram. Os concursos mensais, assim como suas distintas formas de promoção, são importantes parâmetros para pensar como a sistematização do contato com a fotografia através do pertencimento ao grupo proporcionava aos amadores belo-horizontinos o conhecimento de novas possibilidades de criação. Esse contato, aliado ao universo de produção sistemática que os concursos promoviam, permanece latente nas imagens discutidas e descritas em muitos dos artigos.

Outra dimensão importante dos concursos diz respeito ao destino das imagens selecionadas. As doze melhores fotografias dos dois primeiros concursos foram expostas na vitrine do Banco Hipotecário Lar Brasileiro, no Edifício Dantés, e as selecionadas nos concursos seguintes, na vitrine da Companhia Força e Luz, no mesmo edifício. Já em 1954, foi a Mesbla⁸⁹ quem cedeu sua vitrine para a exposição dos trabalhos laureados.

A realização de uma mostra destinada a estimular os “calouros” do clube não foi registrada em nenhum outro documento deixado pelo clube.

A Exposição dos Novos, cujo objetivo era incentivar os fotógrafos que queriam se iniciar como expositores, é mencionada pela primeira vez no artigo publicado em 6 de julho de 1952.⁹⁰ A exposição concretiza uma das intenções previstas na trajetória do clube: a expansão da prática fotográfica artística na capital mineira. Os autores estimulavam aqueles amadores curiosos, que praticavam a fotografia esporadicamente, a conhecer o clube e suas premissas. Em linhas gerais, era a hora daqueles que produziam imagens e as guardavam em álbuns e gavetas perderem a inibição, desenvolvendo a fotografia como prática artística.

Os concursos mensais e as exposições de calouros atestam a agremiação como um importante lugar de formação. Diferindo da tradição dos primeiros clubes de fotógrafos amadores, criados ainda no final do século XIX na Europa e nos Estados Unidos, o FCMG não apostava na oposição definitiva entre “apertadores de botão” e aficionados. Pelo contrário, a própria dinâmica do clube ressaltava um ambiente de estímulo à prática da fotografia em seus variados níveis de erudição técnica e estética. Pressupunha-se que a participação no clube contribuiria para o desenvolvimento de uma experiência mais aprofundada e diversa. A própria publicação de artigos especializados no Diário de Minas revela o interesse da agremiação mineira de se tornar referência para os amadores da cidade.

O Foto Clube de Minas Gerais permaneceu aberto até meados da década de 1960. Satisfazendo as pretensões expressas por Jayme Moreira Luna ainda nas suas primeiras cartas, o clube organizou onze exposições fotográficas entre 1951 e 1965: uma mostra local, três salões nacionais e sete exposições internacionais.



Figura 25

(acima) - Encerramento do I Salão Mineiro de Arte Fotográfica (1951/52).

Fonte: Diário de Minas (1952a).

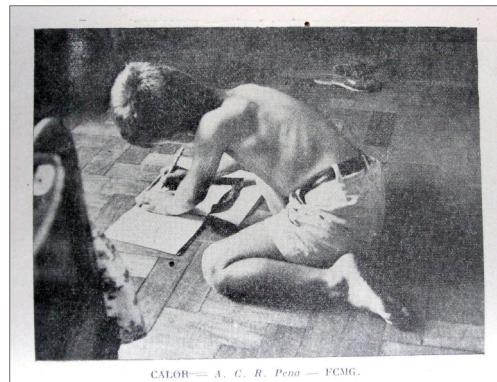


Figura 26
Calor.

Fonte: Catálogo do II Salão Mineiro de Arte Fotográfica (1952). Foto: Antônio Carlos Rocha Pena.



Figura 27
(esq.) - Perfil.

Fonte: Catálogo do III Salão Mineiro de Arte Fotográfica (1953). Foto: Gabriel Assunção.



Figura 28
O amolador.

Fonte: 1ª Exposição Internacional de Arte Fotográfica (1956). Foto: Wilson Baptista.



Figura 29

Viajantes.

Fonte: 3ª Exposição Internacional de Arte Fotográfica (1958). Foto: Eugênio Vidigal Amaro.



Figura 30

Capa do catálogo da 5ª Exposição Internacional de Arte Fotográfica, realizada em parceria com o Museu de Arte de Belo Horizonte em 1961.

Mais que desenvolver a prática fotográfica amadora em Belo Horizonte, os salões e exposições do FCMG proporcionaram a produção e circulação permanente de imagens graças ao contato com outras associações congêneres, consolidando verdadeiras redes de sociabilidade. Para os membros do clube, defensores da “arte, bela e difícil, de ver e criar com a objetiva”,⁹¹ o processo fotográfico gerava um produto que não era apenas imagem, mas também artefato. O autor da imagem não seria apenas aquele que a capta no momento de tomada, mas também aquele que revela o negativo, amplia a imagem, faz cortes e experimenta distintas possibilidades no laboratório.

Além da listagem dos fotógrafos e agremiações expositoras, os catálogos contavam com a reprodução de algumas fotografias presentes na mostra e os anúncios dos patrocinadores. Entre estes, o Foto Elias e a Foto Retes eram presença quase certa ao longo dos anos, junto com comércios de outras especialidades. As companhias fotográficas, através de seus representantes, também publicavam anúncios de câmeras e suprimentos.

Destacamos o anúncio de uma dessas companhias, a Olympus, publicado no catálogo da última mostra do clube, a VII Exposição Internacional de Arte Fotográfica, realizada em 1965.



Figura 31

Anúncio Olympus Pen.

Fonte: Catálogo da VII Exposição Internacional de Arte Fotográfica (1965).

Se, por um lado, não foi possível encontrar anúncios que comprovam a difusão de câmeras automáticas nos jornais da capital mineira, por outro, o anúncio da Olympus Pen⁹² no catálogo da última exposição do clube surge como uma curiosa referência. Em primeiro lugar, ele atesta a atenção dos representantes locais da companhia japonesa para as potencialidades do patrocínio de iniciativas como as do FCMG. A criação e o desenvolvimento de entidades de praticantes aficionados da fotografia poderiam ter implicações diretas sobre as vendas,⁹³ já que esses amadores eram consumidores assíduos, interessados em produtos de melhor qualidade. Por outro lado, tendo em vista a circulação restrita dos catálogos, a presença em impressos de exposição como este proporcionava à empresa a oportunidade de alcançar um consumidor mais direcionado, que, mesmo não se dedicando à fotografia a ponto de fazer parte de um clube, se interessava por seus produtos.

Os anúncios também permitem concluir: mesmo que os “apertadores de botão” existam desde o lançamento das câmeras box da Kodak no final do século XIX, foi apenas no final da década de 1950 e início da década de 1960 que os aparelhos automáticos passaram a contar com mecanismos mais eficientes. As câmeras box funcionavam com parâmetros já estabelecidos; mas, nesse período, começam a surgir aparelhos com sensores fotossensíveis, fazendo que a fotografia amadora convencional ganhe em qualidade técnica ao mesmo tempo em que seus custos decaem consideravelmente. Este fenômeno pode ser percebido no cotidiano do FCMG, com a renovação do quadro de membros no período e a entrada de uma geração que era fruto desse novo cenário de inovações e ampliações de possibilidades técnicas da fotografia. Contudo, sem a presença efetiva de alguns dos fundadores e em um contexto de decadência do circuito de fotoclubes, o clube encerraria suas atividades ainda em meados da década de 1960.

REFERÊNCIAS

- Diário de Minas, Belo Horizonte, 20 dez. 1951.
_____. Belo Horizonte, 12 jan. 1952a.
_____. Belo Horizonte, 30 nov. 1952b.
_____. Belo Horizonte, 5 abr. 1953a.
_____. Belo Horizonte, 3 mai. 1953b.
_____. Belo Horizonte, 28 jun. 1953c.
_____. Belo Horizonte, 23 set. 1953d.
_____. Belo Horizonte, 27 set. 1953e.
_____. Belo Horizonte, 1 dez. 1957a.
_____. Belo Horizonte, 8 dez. 1957b.
_____. Belo Horizonte, 25 dez. 1958.
_____. Belo Horizonte, 7 set. 1960.
- Estado de Minas, Belo Horizonte, 3 ago. 1946.
_____. Belo Horizonte, 4 dez. 1956a.
_____. Belo Horizonte, 5 dez. 1956b.
_____. Belo Horizonte, 11 dez. 1956c.
_____. Belo Horizonte, 12 dez. 1956d.
_____. Belo Horizonte, 11 dez. 1957a.
_____. Belo Horizonte, 18 dez. 1957b.
_____. Belo Horizonte, 21 dez. 1957c.
_____. Belo Horizonte, 22 dez. 1957d.
_____. Belo Horizonte, 25 dez. 1957e.
- O Diário, Belo Horizonte, 1 dez. 1957.
_____. Belo Horizonte, 23 dez. 1958.

LIVROS, ARTIGOS E TESES

- BOURDIEU, Pierre (Org.). *Un art moyen: essai sur les usages de la photographie*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1965.
- BRUNET, François. *La naissance de l'idée de photographie*. Paris: Presses Universitaires de France, 2000.
- CASTEL, Robert; SCHNAPPER, Dominique. *Ambition esthétique et aspiration sociale*. In: BOURDIEU, Pierre (Org.). *Un art moyen: essai sur les usages de la photographie*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1965.
- CAMPOS, Luana Carla Martins. "Instantes como esse serão seus para sempre": práticas e representações fotográficas em Belo Horizonte (1894-1939). 2008. 221 f. Dissertação (Mestrado) - Departamento de História da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.
- CARVALHO, Vânia Carneiro de; LIMA, Solange Ferraz de. *Fotografia e cidade: da razão urbana à lógica do consumo: álbuns de São Paulo (1887-1954)*. Campinas: Mercado de Letras, 1997.
- COSTA, Helouise ; SILVIA, Renato Rodrigues da. *A fotografia moderna no Brasil*. Rio de Janeiro: Funarte, 1995.

- DENOYELLE, Françoise. *La lumière de Paris: le marché de la photographie 1919-1939*. Paris: L'Harmattan, 1997.
- _____. *La lumière de Paris: les usages de la photographie 1919-1939*. Paris: L'Harmattan, 1997.
- ESPADA, Heloísa. *Fotoformas: a máquina lúdica de Geraldo de Barros*. 2006. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- _____. *Geraldo de Barros e a fotografia*. São Paulo: Instituto Moreira Salles; Edições Sesc, 2014.
- ETCHEVERRY, Carolina Martins. *A fotografia experimental brasileira em Geraldo de Barros e José Oiticica Filho (1950-1964)*. 2012. 286f . Tese (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012
- FABRIS, Annateresa (Org.) *Fotografia: usos e funções no século XIX*. São Paulo: Edusp, 1991.
- _____. *O desafio do olhar: fotografia e artes visuais no período das vanguardas históricas*. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- FEYEUX, Anais. *De l'empire au marché. Études Photographiques*, Paris, n. 24, p. 72-105, nov. 2009.
- GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- GUNTHERT, André; POIVERT, Michel; TROUFLÉAU, Carole. *L'Utopie photographique: regard sur la collection de la Société Française de Photographie*. *Études Photographiques*, Paris, n. 18, 21 set. 2008. Disponível em : <[Disponível em : https://bit.ly/2m4JNuK](https://bit.ly/2m4JNuK)>. Acesso em: 10 jul. 2018.
- MAUAD, Ana Maria. *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social da classe dominante, no Rio de Janeiro, na Primeira Metade do Século XX*. 1990. 340 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1990.
- MELLO, Maria Teresa Bandeira de. *Arte e fotografia: o movimento pictorialista no Brasil*. Rio de Janeiro: Funarte , 1998.
- MENEZES, Lucas Mendes. *Atas do VI Encontro de História da Arte: História da Arte e suas Fronteiras*. Campinas: Unicamp, 2010.
- POIVERT, Michel. *Les relations internationales du pictorialisme au tournant du siècle*. In: _____ (Org.). *Le salon de photographie: les écoles pictorialistes en Europe et aux États Unis vers 1900*. Paris: Musée Rodin, 1993.
- POSSAMAI, Zita Rosane. *O circuito social da fotografia em Porto Alegre (1922 e 1935)*. Anais do Museu Paulista, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 263-289, jan./ jun. 2006.
- RODEGHIERO, Luzia Costa. *Do Photo-Club Helios ao DECIFOTOS: memória e patrimônio em Porto Alegre no século XX*. 2014. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2014.
- SILVA, Fabiana Bruce. *Caminhando numa cidade de luz e de sombras: a fotografia moderna no Recife na década de 1950*. Recife: Massangana-Fundaj, 2013.
- VASCONCELOS, Cláudia Milke. *Foto Clube do Espírito Santo: a arte fotográfica numa trajetória específica*. 2008. 263 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2008.



ENTREVISTAS

ASSUNÇÃO, Gabriel. Gabriel Assunção: entrevista temática [2011].

Entrevistador: Lucas Mendes Menezes. Belo Horizonte: UFMG, 2011.

Entrevista concedida ao Programa de História Oral da UFMG.

BAPTISTA, Wilson. Wilson Baptista: entrevista temática [ago. 2006].

Entrevistadores: Maria Eliza Linhares Borges e Tibério França. Belo Horizonte: UFMG , 2006. Entrevista concedida ao Programa de História Oral da UFMG.

BAPTISTA, Wilson. Wilson Baptista: entrevista temática [2007].

Entrevistadores: Lucas Mendes Menezes e Iara Souto Ribeiro Silva. Belo Horizonte: UFMG , 2007. Entrevista concedida ao Programa de História Oral da UFMG.

BAPTISTA, Wilson. Wilson Baptista: entrevista temática [2011].

Entrevistador: Lucas Mendes Menezes. Belo Horizonte: UFMG , 2011.

Entrevista concedida ao Programa de História Oral da UFMG.

COSTA, Bruno Roberto Martins. Bruno Roberto Martins Costa: entrevista temática [2011]. Belo Horizonte: UFMG , 2011. Entrevista concedida ao Programa de História Oral da UFMG.

Notas

- 1 Referência ao anúncio da “Kodak Starlet” publicado no jornal Diário de Minas de 7 de setembro de 1960: “Apenas aperte o botão... para bater também fotos coloridas maravilhosas” (*Diário de Minas*, 1960).
- 2 Este artigo é um dos resultados de pesquisa desenvolvida durante mestrado em História na Universidade Federal Fluminense (UFF), sob a orientação da professora Ana Maria Mauad.
- 4 “Colódio - solução de nitrato de celulose em partes iguais de éter e de álcool, utilizada como ligante (camada adesiva) transparente para a suspensão dos haletos de prata, sensíveis à luz sobre o suporte de vidro (negativos) ou papel (fotografias)” (Mello, 1998, p. 201).
- 5 Denoyelle (1997).
- 6 Gunthert; Poivert; Troufléau (2006)
- 7 Para Michel Poivert (1993), o pictorialismo pode ser entendido como um movimento artístico. O autor argumenta que esses fotógrafos amadores constituíam um grupo de personalidades artísticas que se reconheciam a partir de alguns parâmetros fundamentais, adotando soluções técnicas capazes de formular suas apostas estéticas; além disso, eles estavam dispersos por todo um território, não se concentrando apenas em uma região específica.
- 8 Para não reduzir excessivamente a narrativa em torno do desenvolvimento do processo fotográfico, optamos por fazer um recorte parcial, tendo em conta as demandas da pesquisa. Nossa foco não está na genealogia das câmeras box, mas na compreensão do papel que a popularização deste formato exerceu no final do século XIX para consolidar um novo nicho de praticantes: os fotógrafos amadores.
- 9 A atenção a esses primeiros fotógrafos amadores não é uma novidade deste trabalho. A conformação desse conjunto de sujeitos em torno de um nicho coletivo - ao longo do texto referenciados como “apertadores de botão” - é tributária sobretudo do percurso empreendido pela professora Ana Maria Mauad (1990). Para tanto, a autora faz referência ao termo “batedores de chapa”, utilizado corriqueiramente pelos membros do Foto Clube Brasileiro, entidade criada na década de 1920 e formada por amadores artistas da cidade

do Rio de Janeiro. A prática desses “batedores” surgia em oposição à fotografia artística praticada dentro do clube carioca.

- 10 Tradução livre do trecho: “La campagne de publicite massive qui accompagne le lancement du Kodak marqua d’ailleurs les esprits et la mémoire collective au même titre que le produit lui-même, grâce surtout au fameux slogan ‘You press the button and we do the rest’ et à ses avatars européennes. Le mot, les consignes des réclames qui insistaient sur l’absence de ‘tout connaissance’ requise pour réussir, les figures montrant la position aisée des mains sous la boîte, la boîte elle-même, lisse et compacte, et son fameux bouton, vestige extérieur d’une technicité cache - tout cela signifiait très explicitement la mise hors jeu du savoir et du travail, l’avènement d’un nouveau loisir, d’une nouvelle liberté, symbolizes dans les réclames par les angelots et autres allegories ailés qui entouraient le Kodak. C’est cette liberté, exercée par le doigt presse-bouton, qui mit définitivement fin au siècle des professionnels et résuma le nouveau pouvoir des amateurs” (Brunet, 2000, p. 237).
- 11 Essa realidade pode ser atestada tanto nos catálogos de exposição quanto nos periódicos especializados, muitos deles produzidos por membros de fotoclubes (Menezes, 2010).
- 12 Mello (1998).
- 13 O Sporo Photo-Club organizou, em parceria com o jornal *Gazeta do Commercio*, uma exposição coletiva em 1903, formada por fotografias e outras expressões artísticas.
- 14 A exposição Photo Club - Exposição 1904 reuniu trabalhos dos artistas Oscar Teffé, Silvio Bevilacqua, Barroso Neto e Guerra Durval.
- 15 Ainda na década de 1930 adota a grafia “Foto Clube Brasileiro”.
- 16 Adota o nome “Foto Cine Clube Bandeirante” na década seguinte.
- 17 Costa; Rodrigues (1995).
- 18 José Yalenti, Thomaz Farkas, Geraldo de Barros e German Lorca.
- 19 Eduardo Salvatore, Marcel Giró, Roberto Yoshida, Gertrudes Altschul, Ademar Manarini, Gaspar Gasparian, Ivo Ferreira da Silva e João Bizarro Nave Filho.
- 20 Destacamos aqui a dissertação de Heloísa Espada sobre a série *Fotoformas*, de Geraldo de Barros, defendida em 2006, e a tese defendida em 2012 por Carolina Etcheverry sobre os trabalhos de Geraldo de Barros e José Oiticica Filho, a partir do prisma do experimentalismo fotográfico.
- 21 Rodeghiero (2014); Silva (2013); Vasconcelos (2008).
- 22 O Primeiro Salão Mineiro de Arte Fotográfica contou com 179 fotografias. Além dos 14 fotógrafos de Belo Horizonte, outros 76 do Espírito Santo, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, São Paulo e Sergipe participaram da mostra. No Segundo Salão Mineiro de Arte Fotográfica foram expostas 128 fotografias. Entre os expositores, 22 fotógrafos eram do FCMG e outros 79 de Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo e Sergipe. O III Salão Mineiro de Arte Fotográfica foi composto por 211 fotografias de 21 fotógrafos de Belo Horizonte e outros 96 do Rio de Janeiro, São Paulo e Sergipe.
- 23 Diário de Minas (1960, p. 9).
- 24 Segundo Brunet (2000), esse valor seria equivalente ao salário médio recebido por um operário norte-americano no período.
- 25 Aos poucos os modelos também passaram a ser equipados com visores dispostos sobre a superfície superior da câmera.
- 26 As primeiras “câmeras box” eram equipadas com simples lentes de menisco em foco fixo de baixa luminosidade, além de obturadores que variavam sua velocidade de operação entre 1/35 e 1/50 segundos. Esses parâmetros eram suficientes para tomadas de imagens ao ar livre e para garantir que boa parte das fotografias executadas não apresentassem borrões decorrentes do registro de movimentos.
- 27 O mercado fotográfico se expandiu também tendo em vista outros campos de atuação. Ana Maria Mauad argumenta que “o desenvolvimento industrial dos



países europeus e norte-americanos contribuiu, em muito, para o progresso nos recursos técnicos da fotografia. A acirrada concorrência levou as empresas a investirem maciçamente na pesquisa tecnologia, aumentando, com isso, o volume de opções". A autora atesta que "em plena década de 1930, já se realizava a microfotografia, a transmissão de imagens por telégrafo já havia sido experimentada e a fotografia à cores era uma realidade cada vez mais próxima. Afora a disponibilidade de recursos para a confecção de imagens, tais como: filmes orto e pancromáticos, lentes anastigmáticas, teleobjetivas e grande-angular, aparelhos fotográficos reflex (portáteis de precisão e rapidez inéditas), filtros para a correção da tradução das cores e todo o recurso para a revelação e ampliação da foto" (Mauad, 1990, p. 85).

- 28 Mecanismo formado por células fotoelétricas de selênio.
- 29 Segundo a publicidade do produto: "You choose your shutter speed - your focus - but Super Kodak Six-20 does the hard part of the job itself... sets its own diaphragm automatically correct exposures". Disponível em: <<https://bit.ly/2zpPoFA>>. Acesso em: 11 jul. 2018.
- 30 A câmera possuía lente anastigmática com abertura de até f 3.5 do diafragma e o obturador com a velocidade máxima de 1/200 segundos.
- 31 Informações da tabela History of Kodak Cameras. Disponível em: http://camera-wiki.org/wiki/Kodak_Six-16_and_Six-20
- 32 A Super Kodak Six-20 era mais cara que modelos consagrados de companhias como Leica e Contax. Segundo Brian Coe, responsável por um guia das câmeras Kodak publicado em 1988, a Super Kodak Six-20 teria recebido o apelido de "bumerangue" entre os funcionários da companhia por conta dos constantes recolhimentos para reparo.
- 33 Feyeux (2009).
- 34 Essa promoção teria sido ainda acompanhada pela valorização estética das vanguardas fotográficas alemãs dos anos 1920, tidas como politicamente legítimas na medida em que haviam se desenvolvido antes da ascensão do nacional-socialismo.
- 35 Como ressalta Mauad (1990), no caso dos anúncios dispostos nas revistas ilustradas brasileiras do início do século XX: "Ao contrário da publicidade feita pela Kodak, que como já foi exposto dava ênfase à função educativa, a publicidade da Agfa vendia um estilo de vida e um padrão de qualidade. Sempre preocupada com a estética, a Agfa imprimia um clima de distinção e elegância em seus anúncios. Não reproduzia fotos em seus anúncios pois a fotogravura não contribuía com a nitidez necessária para exposição do produto, ao invés disso, utilizava-se de desenhos que reproduziam, através de um traço delicado, o mundo daqueles que tinham acesso aos produtos Agfa. De acordo com a tendência da época era um mundo chic e elegante, onde o ato de fotografar estava associado a um alto padrão de consumo. Por outro lado, fazia recurso do slogan curto e objetivo, no qual a mensagem principal era a alta qualidade e a avançada tecnologia alemã" (Mauad, 1990, p. 77).
- 36 Para antecipar um conceito incorporado a partir da tese de Ana Maria Mauad (1990).
- 37 É preciso ressaltar que o panorama de referência se apoia apenas na automatização do processo de tomada da fotografia. Desta forma, interessa entender, por exemplo, como foram combinados fotômetros e mecanismos de automação para estabelecer os parâmetros de abertura do diafragma e a velocidade do obturador. Essa escolha implica que, no percurso de análise, esses dois últimos fatores serão frequentemente ressaltados, em detrimento de outros. Alguns automatismos são resultantes do aperfeiçoamento de materiais e processos mecânicos, tais como disparadores externos e contadores de poses. No entanto, como eles não se relacionam diretamente com a proposta, serão apenas mencionados quando for necessário.
- 38 Esse período marca a entrada decisiva da indústria japonesa no mercado fotográfico internacional. Aqui tratamos principalmente das companhias Canon, Minolta, Nikon, Olympus e Yashica. As câmeras japonesas se

- apresentavam como versões alternativas dos modelos europeus e possuíam os mais variados padrões de qualidade. Os modelos TLR, da Yashica, por exemplo, se tornaram célebres pela sua semelhança com a linha Rolleiflex, de origem alemã, e foram largamente difundidos graças ao seu custo inferior em relação à original.
- 39 Anúncio da seção Cine-Foto das Lojas Mesbla (O Diário, 1957, p. 13).
- 40 Campos (2008).
- 41 A Casa da Lente, inaugurada em 1939, foi resultado da iniciativa do barão Hermann von Tiesenhausen, imigrante de origem estoniana e ex-funcionário da Casa Lutz Ferrando.
- 42 Campos (2008, p. 172).
- 43 Campos (2008, p. 121).
- 44 Após possuir várias filiais e uma indústria de dispositivos fotográficos, o Photo Elias (Foto Elias) fechou suas portas em 1998. A Photo Retes (hoje Foto Retes) ainda é presença marcante no cotidiano da capital, com diversas lojas nos mais variados pontos da cidade. No entanto, adaptando-se à realidade do mercado, grande parte dos estabelecimentos criados atuam em regime de franquia, apenas se fazendo valer da marca tradicional.
- 45 Não foi possível mapear a data precisa da abertura do estabelecimento em Belo Horizonte. Todavia, a loja, que já funcionava há décadas no Rio de Janeiro, era conhecida pela importação em larga escala, o que proporcionava preços mais acessíveis ao consumidor brasileiro.
- 46 Esta tarefa, pertinente mas complicada, exigiria a análise de mais documentos. A Secretaria da Fazenda do município possui notas e outros documentos fiscais dos estabelecimentos comerciais da capital. Esse material está disponível no acervo do Arquivo Público da Cidade de Belo Horizonte e permanece pouco explorado, apesar de seu imenso potencial. Contudo, trata-se de uma quantidade significativa de material e com muitos dados numéricos irregulares, o que dificulta sua análise.
- 47 Estado de Minas (1946, p. 5).
- 48 Utilizado principalmente para fotografias tomadas a partir de tripé, com tempo de exposição superior a 1/15 segundos. Trata-se de um mecanismo elétrico ligado à câmera através de um fio.
- 49 O anúncio ainda ressalta que a tecnologia era protegida por seis patentes nacionais.
- 50 As aberturas disponíveis eram: f22, f16 e f12.
- 51 Twins Lens Reflex. Câmeras com duas lentes idênticas; a superior serve de visor para o fotógrafo e a inferior para a sensibilização do negativo.
- 52 Câmera equipada com flash de 5 polegadas, lâmpada piltoto, tripé de mesa, duas roscas intermediárias, sincronizador para flash MX.
- 53 A Flexaret começou a ser produzida pela Meopta na antiga Tchecoslováquia ainda na década de 1940. O modelo apresentado no anúncio é a Flexaret III, conformada totalmente em metal, com comandos completamente manuais. A Beautyflex, por sua vez, era fabricada pela companhia Beauty, responsável pela produção e distribuição de produtos e dispositivos fotográficos entre as décadas de 1940 e 1960. Não foram encontradas informações complementares sobre a Sharpflex.
- 54 Assunção (2011, p. 34).
- 55 Assunção (2011, p.8).
- 56 Nos dedicamos aos anúncios de estabelecimentos comerciais por acreditar que eles são carregados de intencionalidades e de mensagens que influenciam seus consumidores. Em paralelo, foram mapeados outros pequenos anúncios de particulares vendendo produtos de segunda-mão, assim como de estabelecimentos como óticas e lojas de variedade. Esse material conformou uma série com tipologias muito diversas e informações de frequência irregular. Havia poucas especificações dos produtos e poucas informações sobre os vendedores.
- 57 Edições de 7 e 22 de setembro e 14 de outubro.

- 58 Campos (2008, p. 152).
59 Estado de Minas (1957a, p. 5).
60 Baptista (2011, p. 1).
61 Baptista (2011, p. 2).
62 Brunet (2000, p. 238).
63 Brunet (2000).
64 Zita Possamai (2006) alerta para o fato de que os anúncios representam um discurso ufanista sobre o produto que vendem, um discurso que busca aproximar um “novo artefato tecnológico” do cotidiano dos indivíduos.
65 Mauad (1990, p. 67).
66 Na parte inicial do texto, demonstramos como os anúncios são uma importante fonte para compreender o desenvolvimento do mercado fotográfico para o público amador. Este percurso se associa à percepção de que entre os principais argumentos para a venda de produtos aos amadores estava a promoção das facilidades de uso, relacionada ao discurso sobre qualidade técnica. Como nos dois exemplos extraídos dos jornais belo-horizontinos, os anúncios traziam as possibilidades de uso da fotografia, sobretudo para o registro do cotidiano familiar.
67 Brunet (2000).
68 Tradução livre da expressão *act de voir*, utilizada por Brunet (2000, p. 239).
69 Mauad (1990, p. 70).
70 Luna também foi o primeiro presidente da agremiação fluminense.
71 Assim como o FCCB de São Paulo, a SFF seria responsável pela cofundação de outras associações em diferentes regiões do Brasil, permanecendo como uma importante referência no cenário nacional até a década de 1960. O clube de Niterói publicaria ainda, a partir de 1949, a *Foto Revista*.
72 Mauad (1990, p. 73).
73 Bourdieu (1965).
74 Segundo a autora, um dos caminhos mais recorrentes foi aquele que buscou associar a fotografia a outras manifestações artísticas já consagradas. Para tanto, Fabris cita a exposição organizada pelo Club der Amateur-Photographien, de Viena, em 1891. A mostra contou com seiscentas fotografias escolhidas⁷⁴ por um júri composto exclusivamente por pintores e escultores. Esse fator, que a princípio gerou desconforto entre os participantes, teria aberto o precedente para o julgamento da fotografia por sua qualidade estética, exemplo que seria seguido por iniciativas semelhantes de agremiações belgas, britânicas, alemãs e francesas nos anos seguintes (Fabris, 2011, p. 36).
75 Carta pertencente ao acervo da biblioteca da Sociedade Fluminense de Fotografia.
76 Castel; Schnapper (1965, p. 144).
77 Transcrição da lista de José Borges Horta: “Dr. Renato Alves de Oliveira - Rua Tamóios 945, José Ferreira Guimarães - Banco do Brasil, João Dias Pereira - Banco do Brasil, Carlos Rodolpho Schneider - Edifício Acaíaca - sala 1617, Dr. Mário Lúcio Brandão, Av. Brasil 1243, Dr. Edson da Costa Carvalho - Banco do Brasil, José Pinheiro Silva - Rua Alvarenga Peixoto, 296, José Maria Teixeira de Almeida - Rua Cláudio Manoel, 591, José do Patrocínio Andrade - Rua Paraíba 1122, Luiz Bedran - Av. Brasil 310, Francisco Fernandes do Santos - Rua São Paulo 387-s/218, Annibal Mattos - Avenida Francisco Sales 1446, Mário Ferreira Guimarães - Rua Rio de Janeiro 1212, Dr. Luiz Signorelli - Av. Afonso Pena 941-s/108, Mário Jofre Pinto de Freitas - Banco do Brasil, Dr. Josaphat de Paula Penna - Rua São Paulo 1121, Dr. Luiz Garcia Pedrosa - Rua Marechal Deodoro 179, Armando Pardini - Rua Goitacazes 58, Moacir Marques de Castinho - Ipase - Rua Espírito Santo 500”. A exceção para aqueles onde não se encontram dispostos os endereços ficam para os colegas de trabalho de José Borges Horta, três amigos fotógrafos que trabalhavam no Banco do Brasil.
78 Transcrição da lista de Geraldo Lessa: “José Teixeira de Carvalho Rua Curitiba, 1785; Haroldo Mattos - R. São Domingos do Prata, 372; Dr.



- Edmundo Fontenelle - R. Bernardo Guimarães, 2.286; Dr. Milton Alencar - R. Antonio de Albuquerque, 314; José de Alvarenga Campos - R. Humaitá; Eugênio Vidigal - Av. Brasil, 803; Dr. Orville Colombo Contil - R. Pernambuco, 619; Prof. Aníbal Mattos - Av. Francisco Sales, 1446; Josaphat Penna - R. São Paulo, 1121; Martim Francisco Coelho de Andrada - R. São Paulo, 1333; Plínio Mendonça - R. Goiás, 22; Oswaldo Teixeira de Carvalho - Rua Fernandes Tourinho, 353; Felício Martins - R. Rio Grande do Norte, 311; Willian James Seymour - Rua Chalmers, 19 - Nova Lima; Mário Pereira de Lacerda - Várzea da Pala - E. F. C. B.". Dentre os listados, note-se que o penúltimo Willian James Seymour apresenta nome de origem britânica e possui residência em Nova Lima, atuação possivelmente na área de mineração da cidade.
- 79 Lista de Eugênio Vidigal Amaro: "Helton dos Santos - Avenida Paraná, 504; Moacir de Oliveira - Rua Santa Catarina, 86; [ilegível] de Castro - Rua Tamoios, 1018; [ilegível] Celso de Abreu Rosa, Rua Diamantina, 539; José dos Santos Amaral, Rua Tupinambás, 759; Luiz Bedran, Avenida Brasil, 310." Luiz Bedran já tinha sido mencionado na listagem de José Borges Horta.
- 80 Inferência com base no assunto da carta, que acusa o recebimento da lista enviada por José Borges Horta anteriormente.
- 81 Wilson Baptista (2006).
- 82 A coleção pessoal do fotógrafo conta com mais de 7 mil negativos, entre placas de vidro e filmes flexíveis.
- 83 O antigo livro de atas do FCMG está no acervo pessoal do fotógrafo Wilson Baptista.
- 84 No entanto, não foi possível mapear sua trajetória, já que Wolf tem pequena participação ao longo do funcionamento do clube.
- 85 Associados presentes: José Wolf, Antônio E. Ângelo, Thomas J. L. Landau, Hélio Lodi, Elias Aun, Eugênio Vidigal Amaro, Carlos Sampaio, José Borges Horta, Haroldo Mattos, Edmundo Fontenelle, Wilson Baptista, Geraldo Coelho Lessa, Nansén Araújo, Caio Libano Soares, Álvaro J. N. Guerra, Bruno Roberto Costa e José Teixeira de Carvalho.
- 86 Ata da assembleia realizada em 5 de setembro de 1951.
- 87 Felício Martins, Luiz Bedran, H. Coscarelli, Álvaro da Rocha Correia, Paulo Afonso de Albuquerque, José Saturnino Filho, Carlos Caravelas, Élcio Malacco, João Vieira da Silva, César Burnier Pessoa de Melo, Buza Gabor Zoltam Pal Jr. E Dr. Jovert Barros.
- 88 Esse modelo de produção mensal não era uma exclusividade do clube mineiro, mas dizia respeito a um padrão já consolidado em agremiações congêneres que o antecederam.
- 89 Informação disposta na "Ata da reunião da Diretoria realizada aos vinte e três dias do mês de abril de mil novecentos e cinqüenta e quatro, na sede do Foto Clube Minas Gerais, no quinto andar do Edifício Dantés, sala 517, às 21 horas".
- 90 Outros dois comentários relevantes sobre a Exposição de Novos estão nos exemplares do dia 10 e do dia 24 de agosto. Ambos apresentam a repercussão da mostra, atestando o sucesso da iniciativa, principalmente pelo fato de agregar personalidades até então alheias à realidade do clube mineiro.
- 91 Apresentação do catálogo da III Exposição Internacional de Arte Fotográfica organizada pelo FCMG em 1958.
- 92 Uma novidade do modelo da Olympus era sua capacidade de registrar 72 fotografias a partir de "rolos standard de 35 mm e 36 poses" ao dividir o quadro da imagem ao meio. Segundo a publicação, esse era um importante mecanismo para uma "época de elevação dos preços, inclusive do material fotográfico" e ainda garantia que, "apesar do pequeno tamanho do quadro, o alto poder de resolução da sua objetiva é capaz de permitir, com toda facilidade, ampliações de até 40 x 50 cm". Em um discurso recorrente em grande parte dos anúncios dos modelos automáticos, a câmera garantia praticidade, baixo custo e qualidade na resolução da imagem.



- 93 A Mesbla manteve entre 1956 e 1965 uma premiação especial na ocasião de exposições internacionais do FCMG, por exemplo.
- 3 Doutorando em História da Arte pela Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.
E-mail: <lucasmenezes.m@gmail.com>

