

Prática fotográfica em Uberlândia: investigação sobre a produção e trajetória do fotógrafo Ângelo Naguettini na/com a cidade por meio da imprensa escrita*

PÂMELA APARECIDA VIEIRA SIMÃO**

Ao andarmos na/pela cidade de Uberlândia, observamos fotos expostas em diversos lugares, compondo a paisagem urbana. Há imagens fixadas nas paredes e/ou emolduradas em quadros em vários lugares da cidade que são usados por diversas pessoas. A partir deste campo, a presença das imagens em diversos pontos de Uberlândia nos instigou a refletir sobre a maneira como a cidade se apropria dos materiais fotográficos, publicando-os e circulando-os em determinados espaços e tempos.

A investigação sobre a "origem" destas fotos do passado difundidas no presente da cidade, levou-me até o acervo Naguettini, sob a guarda do Arquivo Municipal de Uberlândia. A presença de um logotipo “ArPU” impresso no canto das imagens, fazendo referência ao Arquivo Público de Uberlândia, significou uma “pista” para que eu chegasse até esta instituição.

Embora houvesse outros acervos fotográficos, aquele, o de “Naguettini”, foi apresentado como sendo o que “melhor” documentou todo o “desenvolvimento” da cidade. Ao lidar com esta coletânea pude reconhecer muitas daquelas fotos expostas na cidade como pertencentes a este conjunto de imagens.

Perceber a maneira como a produção fotográfica de Ângelo Naguettini se destaca pela sua força de circulação me instigou a buscar a historicidade destas fotos, problematizando a maneira como a sua prática ganha notoriedade.

As imagens do passado que ainda se fazem presentes nos circuitos de difusão da atualidade, reportam à Uberlândia dos anos 1940 e 50, assim, consideramos pertinente retroceder nesta temporalidade como uma maneira de construir a trajetória do fotógrafo Ângelo Naguettini, produtor destes registros, na/com a cidade.

* As reflexões desenvolvidas neste texto constituem a dissertação de mestrado defendida pela autora. SIMÃO, Pâmela Aparecida Vieira. **Cidade e fotografia: espaços e histórias na produção do fotógrafo Ângelo Naguettini. Uberlândia (1940/1950).** Dissertação (Mestrado em História Social). Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia. 2015.

** Mestre em História Social. Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Uberlândia. Bolsista CAPES.

Na busca em apreender uma prática fotográfica na cidade, investigamos periódicos circulados em Uberlândia, especialmente, uma revista ilustrada.

Neste propósito, foram sugestivas as reflexões de Heloisa de Faria Cruz ao afirmar que os anúncios publicados na imprensa explicitam os bens e serviços que circulavam na cidade. Segundo a autora:

Através da propaganda, a cidade-mercado penetra a imprensa periódica, denotando a crescente fruição de bens e serviços no espaço urbano. Afirmando novos valores, renovando as formas de dizer de antigas propostas, dirigindo as demandas e buscando criar desejos e necessidades do grande público, a propaganda participa ativamente do processo de formulação das novas linguagens do viver urbano. Aí, caricaturas, fotos, slogans, etc., rompendo com os códigos e limites das escrituras tradicionais, trazem para o interior do “texto” jornalístico inúmeras dimensões da experiência urbana da época. (CRUZ, 2000: 159)

Inspirados nestes supostos articulados pela autora, perseguimos compreender as propagandas veiculadas na imprensa, no sentido do que e como estava sendo noticiado, especificamente, com relação à produção fotográfica. Assim, em 1935, a revista Triângulo de Minas anunciou:

ATELIER PHOTOGRAPHICO

As senhoritas: As lindas moças da cidade, todas ellas dizem ASSIM, “Photographies de verdade só faz o PHOTO-SALIM.”

O moço: Para sair o meu typo exato, vou logo dizendo ASSIM: “Só tirando o meu retrato lá no PHOTO-SALIM.”

A mamãe: Pergunto ao meu filhinho, ele me diz que sim. “Quer tirar o seu retratinho lá no PHOTO-SALIM?”

O marido: O retrato da minha senhora ficou mais bonito ASSIM: só photographando agora lá no PHOTO-SALIM.

A senhora: É o typo do meu marido! Estou contente agora SIM! Que perfeição de colorido, fez o PHOTO-SALIM!

Os rapazes: A rapaziada anuncia, na rua, gritando assim: “Encomende photographia lá no PHOTO-SALIM.”

*PHOTO-SALIM_ SALIM SUAID. Av. Affonso Penna. UBERLÂNDIA-MINAS. (Revista **Triângulo de Minas**, Uberlândia, 1-3-1935: 5)*

A propaganda transcrita acima evidencia a existência de uma prática fotográfica na cidade. O modo como o anúncio foi produzido, salientando o atendimento a diferentes tipos de pessoas, busca significar o serviço fotográfico deste estabelecimento enquanto um serviço que atende as necessidades de todos e que se destaca na cidade.

Por exemplo, a inscrição: “Photographies de verdade só faz o PHOTO-SALIM” revela o destaque que se buscava promover a prática do fotógrafo, Salim Suaid, naquele momento

em Uberlândia e também insinua a presença de outros fotógrafos na cidade. Ou, na linguagem do mercado, revela a existência de concorrentes, quando enfatiza, insistentemente, em todas as estrofes do anúncio a marca PHOTO-SALIM, como sendo aquela que se diferencia.

Em outro número desta mesma revista, a Triângulo de Minas, mais uma vez anuncia o serviço fotográfico da cidade. Deste modo foi possível apreender aquilo que o anúncio anterior já sinalizava, ou seja, a existência de um mercado de produção fotográfica na cidade.

No mês de junho a revista Triângulo de Minas publicou:

FOTO NAGUETTINI

Uma fotografia bem feita quem a vê logo define: “Está foto foi feita lá no Fóto – Naguettini”. Material fotográfico, máquinas, estampas, álbuns, quadros, etc. AVENIDA AFONSO PENA – UBERLÂNDIA. (Triângulo de Minas, Uberlândia, junho de 1935, nº 2: 7)

A propaganda do negócio de Ângelo Naguettini, autor das imagens que nos interessam nesta pesquisa, conflui para o sentido de evidenciar pistas sobre uma prática fotográfica que se constituía na cidade e ganhava movimento e visibilidade, não somente através dos anúncios deste serviço, mas também da circulação do seu próprio “produto”, a fotografia, compondo as páginas dos periódicos.

O sentido impresso na propaganda acima, buscando qualificar a produção fotográfica de Naguettini como sendo excepcional, por isso, reconhecida na cidade, vai ao encontro do anúncio anterior de Salim, revelando um mercado de produção em Uberlândia e, simultaneamente, uma demanda por este serviço.

De qualquer modo, a apreensão destes anúncios, mesmo não sendo recorrentes nos materiais analisados, ajudou a compreender que, se no tempo presente as imagens do passado circuladas nos espaços da cidade são de autoria de Ângelo Naguettini, isso não quer dizer que no tempo de produção destas fotos ele era o único fotógrafo existente capaz de registrar a cidade.

Na década de 1950, a publicação de um anúncio sobre um concurso interno fotográfico na cidade, corrobora na reflexão sobre a existência de uma prática fotográfica em Uberlândia.

Promovido pelo Cine-Foto Clube de Uberlândia, será aberta à visitação pública, uma exposição de fotografias, dia 31 de Dezembro, à rua Olegário Maciel nº 498. Dentre os trabalhos, já inscritos, se encontram várias obras-primas dos mais renomados fotógrafos da cidade. Antes do encerramento das inscrições, que será dia 26 próximo, espera-se que venham, à este movimento de arte, aderir grande número de fotógrafos amadores e profissionais. (Triângulo Mineiro Ilustrado, Uberlândia, dezembro de 1955, nº I: 14)

Apreender a realização de uma exposição fotográfica no município, na qual seriam expostas as “obras-primas dos mais renomados fotógrafos da cidade”, evidencia a presença destes sujeitos em Uberlândia, bem como a visibilidade da prática fotográfica constituindo a vivência na cidade.

Isto significa que, mesmo diante dos poucos anúncios e diversidade de fotógrafos apreendidos na investigação dos materiais, aqueles que foram publicados, revelaram, pelo seu conteúdo, a existência de mais de um fotógrafo na cidade.

Assim, ao mesmo tempo em que os anúncios sinalizaram sobre a existência de outros fotógrafos contemporâneos ao tempo de atuação de Naguettini em Uberlândia, eles também instigaram a problematizar sobre a produção de Naguettini que, mesmo diante de uma “concorrência” e de outras maneiras de captar a vida urbana, “ganha” notoriedade no social, percebida na permanência de seus registros na atualidade.

Embora os primeiros anúncios sobre a atividade fotográfica em Uberlândia, encontrados nos materiais investigados, remetam à década de 1930, ao lidar com o acervo de Ângelo Naguettini, os clichês da cidade, quando Uberlândia ainda se chamava Uberabinha, evidenciam sobre a prática da fotografia, em um tempo anterior ao dos anúncios publicados, desde o início do século.

Nessa direção, o conjunto de imagens do fotógrafo permite apreender pelo seu foco a reprodução de diversos espaços públicos urbanos desde o período de sua chegada à cidade, por volta do ano de 1916. Explicitando, simultaneamente, a partir destes registros, a visibilidade de sua prática fotográfica e, ao mesmo tempo, a visibilidade que emprestava a cidade através de sua produção.

A leitura atenta do acervo de Naguettini significou importantes contribuições no sentido de compreender o seu espaço de atuação. Isto quer dizer que a leitura cuidadosa da

fonte prioritária desta pesquisa, as fotos, ajudou a compor um cenário de atuação do fotógrafo na cidade.

Se, em um primeiro momento, a escassez de alguns documentos, como anúncios, panfletos de propaganda e/ou até mesmo o “não achamento” de uma possível caderneta de anotações, significaram um empecilho na apreensão de um cenário de atuação de Ângelo Naguettini na cidade, do modo como produzia seus registros, as reflexões desenvolvidas por Grangeiro sugeriram outros percursos de investigação.

Este autor, ao pesquisar a firma Photographia Americana, empreende uma leitura cuidadosa das fotos, articulada ao diálogo com notícias e anúncios publicados na imprensa, na busca em construir virtualmente o espaço daquela firma. Desta maneira, a presença de móveis, obras de arte, bibelôs, ornatos, enfeites de mesa, copos, castiçais, dentre outros objetos nas imagens, insinuaram sobre os recursos disponíveis no atelier, permitindo visualizar, mesmo que virtualmente, o espaço de atuação da Photographia Americana.

Inspirados nestes supostos, a observação das fotos produzidas por Ângelo Naguettini em seu estúdio ajudou na compreensão de sua prática. A visibilidade de uma diversidade de objetos, ornamentos, móveis, bibelôs, dentre outros, na composição dos cenários das fotografias tomadas no estúdio de Naguettini, constituem em elementos que sinalizam a existência de recursos para investir na produção de um estúdio bem aparelhado e diversificado.

A apreensão dos processos mecânicos e técnicos constituintes de suas fotos também corroboram no sentido de compreender a sua produção. Nesse sentido, destacamos o uso de uma técnica que permitia colorir alguns detalhes das imagens preto e branco, a partir da pintura com aquarela. Consideramos relevante mencionar sobre o uso desta técnica sobre suas fotos, essencialmente aquelas tiradas no seu *Studio*, porque se trata de uma técnica, segundo as “informações” que obtivemos, empreendida pioneiramente por ele na cidade¹. Tal técnica

¹ Estas “informações” sobre a técnica da aquarela usada nos detalhes das fotografias foram dadas pela filha de Ângelo Naguettini, chamada D. Norma Naguettini, que contou que o pai tomava aulas sobre técnicas fotográficas em São Paulo. Os funcionários do Arquivo também confirmaram tal afirmação, acrescentando ainda, que Ângelo Naguettini era o único fotógrafo da cidade que tinha o domínio desta técnica que consistia numa maneira de colorir as fotografias antes do advento dos filmes coloridos. Olhamos outros acervos de fotógrafos da cidade e não encontramos o uso desta técnica. Apesar de que, foi comum encontrar em outros acervos fotográficos imagens coloridas produzidas por Ângelo Naguettini, assim como outras imagens do fotógrafo. De acordo com os arquivistas responsáveis pelo setor de iconografia, consistia em uma prática comum

foi aprendida na cidade de São Paulo, deste modo, era necessário se deslocar até a capital para tomar as aulas. A busca pelo uso de novas técnicas na produção fotográfica, nestas condições que explicitamos, sugere a disposição de capital de Ângelo Naguettini para o investimento na prática do seu negócio e, ao mesmo tempo, o sentido de um “espírito” empreendedor na perseguição de inovações.

Na direção destas discussões, a leitura atenta do acervo de Ângelo Naguettini, perseguindo apreender os processos mecânicos, técnicos e até mesmo, a presença de ornamentos na composição dos cenários das imagens, corrobora na contextualização destes registros, permitindo a construção “virtual” do seu espaço de atuação. Isto quer dizer, não só no sentido físico, explicitando características materiais de seu estúdio, mas também no sentido simbólico, de um fotógrafo que se apresentava a cidade de modo destoante enquanto uma prática qualificada, embasada no acesso e domínio do técnico.

Aliás, esta noção do “empreendedor” na cidade, enquanto um sujeito que buscava investir e diversificar o seu negócio, pode ser percebida desde a chegada de Ângelo Naguettini na cidade, no início do século XX. Na posse de uma aparelhagem e de determinados conhecimentos técnicos, se constitui na cidade não só como fotógrafo como também proprietário de uma loja na qual funcionava, além do laboratório fotográfico e a venda de outros objetos como bijuterias, espelhos, terços, molduras de quadros/fotos e etc.

A investigação dos materiais sobre a cidade neste tempo da chegada do fotógrafo indicou um aumento considerável de seus moradores. Na análise dos dados estatísticos deste município, com relação à população, produzidos pela Prefeitura Municipal nas duas primeiras décadas do século XX, observamos uma média em torno de 17 mil pessoas situadas na região correspondente ao município de Uberabinha. Enquanto que a média da população para as duas últimas décadas do século XIX registraram um número em torno de 5 mil pessoas².

O que consideramos relevante observar com relação a estes dados é o “salto” populacional da cidade, aumentando em pelo menos duas vezes o número de pessoas na

outros fotógrafos da cidade, essencialmente os amadores, comprarem fotos de Ângelo Naguettini para guardarem no seu acervo.

² Tais estatísticas foram publicadas no jornal “A Tribuna” sob o título “Município de Uberlândia: estudo demográfico”. Os dados demográficos publicados nesta matéria é resultado de estudos produzidos pela Prefeitura Municipal, realizados ao longo dos anos e que foram reunidos numa tabela, abordando desde o ano de 1890 até o ano de 1940. *Município de Uberlândia: estudo demográfico*. Jornal **A Tribuna**. Uberlândia. 9 de agosto de 1942, p. 2.

virada do século XIX para o XX³. Segundo as interpretações da Prefeitura Municipal, divulgadas juntamente à tabela populacional publicada no jornal *A Tribuna*, este aumento severo no quadro populacional deve-se, sobretudo, à grande quantidade de pessoas que vieram para a cidade.

A escolha de tantas pessoas que vieram para a antiga Uberlândia, dentre elas o fotógrafo Ângelo Naguettini, não foi aleatória ou natural, e sim resultante de um processo social no qual aqueles que já estavam estabelecidos na região desejavam atrair trabalhadores, ou melhor, investidores, para a cidade.

Dessa forma, percebemos nas referências de materiais sobre a cidade, a produção de uma memória que buscava significar a cidade de Uberabinha como um *Eldorado* através da difusão de “campanhas” que eram protagonizadas especialmente pela imprensa. Nestas narrativas, a imagem da cidade que predomina é de um lugar propício aos investimentos e de sucesso econômico.

Pesquisadores, ao investigarem a cidade de Uberlândia, recorrentemente problematizam a produção e a permanência desta memória da cidade “desenvolvida” e “promissora” difundida pela classe dirigente e, por vezes, interiorizada tanto pelos moradores como por aqueles que são de fora.

A partir deste campo consideramos sugestiva a reflexão da historiadora Silva⁴ ao afirmar que:

Uberlândia é, conforme o discurso dominante, uma das cidades de médio porte que se destacou, triunfalmente, no processo de crescimento econômico brasileiro dos últimos tempos. A trajetória de construção da aspirada metrópole regional afigura-se, nesse discurso, marcado pelas ações das classes dirigentes que, historicamente, idealizaram-na segundo valores morais, políticos e culturais – o que a faz transparecer “ordeira”, “pacífica”, “civilizada”, “laboriosa” e “progressista”: um lugar “idílico” em meio às perplexidades do sistema político, econômico e social brasileiro. (SILVA, 2000: 17)

³ Vale frisar que estes números que explicitamos com relação à população levam em conta as pessoas que moravam para além daquilo que era considerado o “perímetro urbano”, abarcando inclusive as áreas rurais pertencentes ao município. Outro estudo divulgado no Jornal *A Tribuna* sobre o recenseamento federal na década de 1920, talvez seja mais elucidativo com relação a estes dados quantitativos. De acordo com este estudo, foi contabilizado na década de 1920 um total de 5.453, enquanto que a década de 40 apontou um total de 18.000 habitantes. *Uberlândia 1920. Uberlândia 1940*. Jornal *A Tribuna*. Uberlândia, 18 de abril de 1940. Nº 1392. P. 1.

⁴ SILVA, Idalice Ribeiro. Flores do mal na Cidade Jardim: Comunismo e anticomunismo em Uberlândia – 1945-1954. 2000. Dissertação (Mestrado em História). Departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 2000.

Esta narrativa produzida por Silva vai ao encontro da imagem da cidade que estava sendo projetada no início do século XX e que perdurou ao longo dos anos, constituindo uma memória sobre Uberlândia, tanto no passado, como no presente, de uma cidade propícia e “estruturada” para o investimento.

Ângelo Naguettini era uma destas pessoas que vieram para a cidade na condição de “investidor”, estabelecendo-se e ampliando suas atividades comerciais ao longo do tempo. Nas pistas dos anúncios publicados na imprensa é possível compreendemos a incorporação de outros serviços no ponto comercial de Naguettini, situado na Avenida Afonso Pena. No ano de 1939 a revista *Uberlândia Ilustrada* anunciou mais uma vez Ângelo Naguettini:

Casa dos Óculos

De

Ângelo Naguettini

Grande e variado sortimento de óculos, vidros Zeiss e de cores – quadros artísticos, álbuns, bijouterias, enfeites diversos, fotografias, etc.

Av. Afonso Pena, 52 – Caixa Postal, 56. (Uberlândia Ilustrada, Uberlândia, junho de 1939, nº 4: 7)

A propaganda acima evidencia a ampliação dos negócios de Naguettini, acumulando, além da prática fotográfica, os serviços da ótica⁵. Aprender estes outros empreendimentos do fotógrafo revela a ampliação das relações sociais que constituía na cidade e com a cidade. Afinal, instalar um negócio demandava, além de capital, um contato social com as pessoas, significava, em outras palavras, possuir uma presença social na cidade a partir da qual estabelecia relações com as pessoas para manter o seu negócio.

Os dados estatísticos produzidos sobre a cidade de Uberlândia e publicados no jornal *A Tribuna* indicam um aumento populacional considerável na cidade em fins da década de 1930 e no ano de 1940, registrando no ano de 1939 em torno de 41.000 pessoas e em 1940 uma população de 44.000⁶. Tais números podem ajudar na compreensão, grosso modo, do aumento de muitos serviços na cidade, inclusive daqueles “oferecidos” por Naguettini.

O aumento considerável de propagandas no jornal, anunciando diversos serviços como materiais para construção e energia elétrica por um bom preço, segundo a empresa *Força e*

⁵ Por diversos dias o jornal *A Tribuna* também anunciou a Casa de Óculos de Naguettini.

⁶ *Município de Uberlândia: estudo demográfico*. Jornal **A Tribuna**. Uberlândia. 9 de agosto de 1942, p. 2.

Luz, assim como notícias sobre diversas intervenções no espaço urbano que estavam sendo previstas na cidade e significadas nas narrativas do jornal enquanto “melhoramentos”, constituem evidências não só no sentido de um possível “desenvolvimento” de Uberlândia. Mas, sobretudo, sinalizam a busca em promover a cidade na direção de uma região regada com os recursos necessários para os investimentos e desenvolvimentos de negócios⁷.

É preciso considerar que estes anúncios do jornal ainda são insuficientes para pensar sobre todos os serviços e trabalhadores que constituíam a cidade naquela temporalidade, afinal, não eram todos que anunciavam os seus serviços no jornal. Entretanto, estes anúncios se constituem em importantes “pistas” para esta pesquisa no sentido de permitir, em certa medida, relativizar sobre os serviços que estavam sendo difundidos e que ganhavam notoriedade na cidade através da sua divulgação.

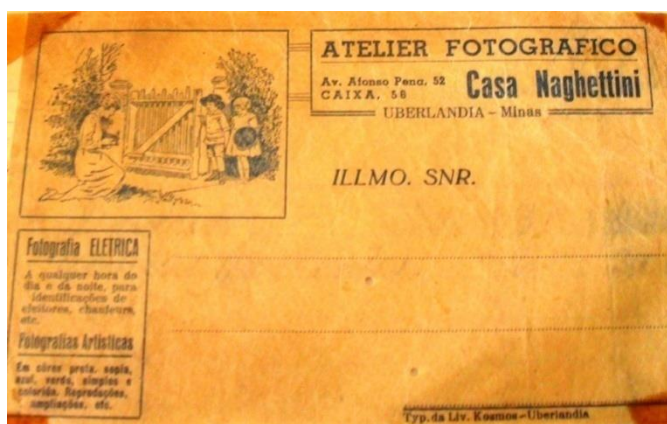
Na reflexão sobre a circulação dos anúncios de Naguettini na cidade se faz pertinente considerar a natureza social por onde estavam sendo difundidos. A revista *Uberlândia Ilustrada*, na qual Ângelo Naguettini pagou pela publicação do anúncio da casa de óculos, reproduzido anteriormente, tratava-se de um periódico, em razão dos seus conteúdos, artigos referenciando a trajetória dos proprietários da cidade, ou seja, donos de comércios, negócios, indústrias, e também daqueles que ocupavam cargos públicos, voltado para a difusão das práticas da elite da cidade. Isto nos ajuda a refletir sobre o lugar social do fotógrafo na percepção dos circuitos pelos quais estava se difundindo. Assim, em outras palavras, propagandear o seu negócio numa revista cujos anunciantes eram os proprietários dos estabelecimentos comerciais, que por vezes, acumulavam, além das atividades empresariais, cargos públicos, evidencia a presença do fotógrafo nessa rede de relações.

⁷ Na direção destas reflexões foi importante apreender uma diversidade de serviços que passaram a ser anunciados no ano de 1940. Desta forma, propagandearam-se artigos elétricos, material para construção, alfaiataria, consertos de rádios, marmoraria, escritório de contabilidade, corretora, venda de automóveis, dentre outros serviços do setor privado, além da publicação das obras públicas que foram realizadas e que estavam por realizar durante a administração do interventor municipal, Vasco Giffoni. Optamos por não transcrever aqui todos estes anúncios, mas consideramos sugestiva a transcrição do anúncio do serviço de eletricidade para a apreensão de um “tom” comum na narrativa destes anúncios. Assim o jornal publicou em 1940: ***Empresa Força e Luz de Uberlândia. (Do consórcio Prada – S. Paulo). Concessionária do serviço de eletricidade no município de Uberlândia – Minas. Está aparelhada a fornecer energia elétrica a preços módicos, para toda e qualquer indústria que queira localizar em Uberlândia, prospera, rica e movimentadíssima cidade do Triângulo Mineiro. Informações: em Uberlândia, Caixa Postal, 117. Em S. Paulo: Rua Florêncio de Abreu, 23 Caixa Postal, 2552.*** (Jornal **O Repórter**, Uberlândia, 21 de Janeiro de 1940, nº 300, página 2). Como podemos observar neste anúncio era comum, também nas propagandas de outros serviços, este “tom” otimista, sempre buscando atrair clientes através da combinação do acesso a serviços de qualidade e “baratos” e da promoção de Uberlândia enquanto uma cidade na região que se destacava e oferecia vantagens.

Embora o conteúdo da revista esteja vinculado às práticas e interesses dos donos dos meios de produção, estas circulavam para além dos circuitos dos “grandes empresários”, alcançando um raio de difusão maior a partir do contato que os grupos sociais tinham com este material em diversos espaços, como barbearias, salões de beleza, consultórios médicos e etc. Nesse sentido, tudo aquilo que era anunciado na revista tinha um relativo alcance, projetando para aqueles que a liam⁸, sentidos impressos nos seus artigos e nas propagandas de bens de consumo, padrões de *viver e pensar*.

Isto ocorre porque, segundo a historiadora Heloísa de Faria Cruz, alguns periódicos, no modo como são produzidos, articulados aos interesses de empresários, comerciantes, industriais e etc., funcionam como verdadeiros “álbuns da vida social das elites dominantes, atraindo leitores que compõem seu repertório de personagens e situações e projetando para outras camadas os padrões de viver e pensar” (CRUZ, 2000, p. 149).

Na continuação da reflexão sobre a apreensão da prática fotográfica de Ângelo Naguettini na cidade, outros materiais de propaganda, para além dos anúncios publicados na revista e no jornal, ajudam na constituição da relação fotógrafo/cidade e cidade/fotógrafo.



Os materiais de panfletagem, encontrados no acervo particular de Norma Naguettini, são sugestivos na compreensão da produção fotográfica de Naguettini em Uberlândia.

Figura 1: Material publicitário de Angelo Naguettini produzido, provavelmente, entre as décadas de 30 e 40
Fonte: Acervo Particular de D. Norma Naguettini.

⁸ Esta revista tinha possibilidade de ser lida, em certa medida, até mesmo por aqueles que não eram letrados em razão do uso de imagens em suas edições que permitem inferir sobre os seus conteúdos ou, em outras palavras, orientam uma “pré-leitura” sobre a narrativa em questão.

A propaganda do **Atelier Fotográfico – Casa Naguettini** ao anunciar uma diversidade de serviços relativos à produção de imagens, fotografias elétricas, fotografias artísticas de diversas cores e tamanhos, revela a posse de um leque de recursos técnicos na feitura das imagens e, ao mesmo tempo, evidencia, nesta diversidade de fabricação das fotos, uma variedade de usos e funções desta produção na cidade.

O anúncio da fotografia elétrica merece aqui uma ressalva, pois tratava-se de uma técnica extremamente elaborada e difícil. Tal estratégia, muito usual na década de 1930, trata-se de um processo no qual as imagens são registradas com a emissão de uma carga elétrica de quase 80 mil volts. Dessa forma, o fotógrafo, a partir deste recurso, não necessitava esperar ou procurar por uma luz adequada para produzir suas fotos, uma vez que, com esta carga elétrica, seria possível dissimular a iluminação e, inclusive, destacar objetos nas imagens.

Contudo, como afirmamos anteriormente, a fotografia elétrica consistia em uma prática trabalhosa, que exigia uma grande habilidade do fotógrafo. Especialistas neste tipo de imagem afirmam ser necessárias em torno de 150 tentativas para se obter uma única imagem deste tipo⁹.

A divulgação deste tipo de serviço reforça a noção de um fotógrafo na posse de diversos recursos para produção fotográfica e, também, a busca de Ângelo Naguettini em se constituir enquanto uma prática destoante na cidade. Mesmo que não tenhamos documentos similares a estes reproduzidos acima, relativos a outros fotógrafos na cidade, a própria narrativa do panfleto, no qual há uma preocupação em anunciar os diversos serviços, inclusive com uso de técnicas “sofisticadas” para a época, evidencia a presença de outros sujeitos na cidade que fotografavam, ou insinuam a presença de outros ateliers. Como aquele que constatamos anteriormente, o PHOTO-SALIM, anunciado na Revista Triângulo de Minas.

⁹ Esse processo foi descoberto por um cientista russo chamado Semyon Davidovich Kirlian (por isso “Kirliangrafia”), que acidentalmente conseguiu registrar o campo magnético que existe em torno de seres humanos. (...) Esta novidade utiliza um processo no qual, quando uma carga elétrica é emitida em uma superfície metálica, ela faz com que os elétrons presentes na placa pulem da chapa de metal através de uma solução fotográfica. O impulso eletromagnético emitido em plantas, por exemplo, passa pelas flores até chegar a um papel fotográfico. O resultado é pintado à mão com a luz branca vinda de uma fibra óptica, com espessura de um fio de cabelo humano. O fotógrafo Robert Buelteman é especialista neste tipo de obtenção de imagens e diz que são necessárias em torno de 150 tentativas para se obter apenas uma dessas fotografias. Disponível em: <<http://www.megacurioso.com.br/eletronicos/33434-cameras-digitais-sao-passado-a-moda-agora-e-tirar-fotos-eletricas-.htm>>. Acesso em: 25 de novembro de 2014.

A indicação, no canto direito do panfleto, da typografia da livraria Kosmos como a responsável pela produção e impressão do material de propaganda do negócio de Naguettini corrobora na reflexão sobre a rede de relações que o fotógrafo estabelecia na cidade na prática do seu negócio. Esta livraria era recorrentemente anunciada nos periódicos, especialmente entre as décadas de 1930 e 50, constituindo-se neste tempo como sendo a principal livraria da cidade, importante referência na impressão de diversos materiais.

PARA OTIMAS FOTOGRAFIAS
Procure sempre este ATELIER

SERVÍÇO RÁPIDO PARA AMADORES: REVELAM-SE FILMES E CHAPAS – EXECUTAM-SE CÓPIAS E AMPLIAÇÕES – VISTAS COLORIDAS DA CIDADE.

TABELA DE PREÇOS:

6	Fotografias em postais	Rs. 15\$000	12	Rs. 25\$000
6	meio busto	Rs. 20\$000	12	Rs. 30\$000
6	cartão 10 x 15	Rs. 30\$000	12	Rs. 50\$000
6	13 x 18	Rs. 35\$000	12	Rs. 60\$000
6	18 x 24	Rs. 60\$000	12	Rs. 100\$000
Em carteiras (ARTIGO DE LUXO)				
6	Fotografias 9 x 12	Rs. 25\$000	12	Rs. 40\$000
6	10 x 15	Rs. 35\$000	12	Rs. 60\$000
6	13 x 18	Rs. 50\$000	12	Rs. 80\$000
6	18 x 24	Rs. 80\$000	12	Rs. 130\$000

Todo serviço é pago adiantadamente. Só se executam as encomendas pagas

Figura 2: Verso do material publicitário de Ângelo Naguettini reproduzido na Figura 6
Fonte: Acervo Particular de D. Norma Naguettini.

A Figura 2 reproduz o verso do panfleto da Figura 6, sinalizando uma variedade de serviços fotográficos que a narrativa do panfleto busca significá-los enquanto uma produção de qualidade, a partir da chamada na parte de cima do panfleto: “*PARA OTIMAS FOTOGRAFIAS. Procure sempre este ATELIER*”.

Na caixa de texto, ao lado do “slogan” reproduzido acima, os serviços descritos: “Serviços rápido para amadores: revelam-se filmes e chapas – executam-se cópias e ampliações – vistas coloridas da cidade” explicitam a execução de outros serviços para além da tiragem e produção de seus próprios registros. Dentre as atividades elencadas no panfleto, a anúncio da produção de *vistas coloridas da cidade* é aquela que chama mais atenção, pois ajuda apreender sobre a circulação destes registros na cidade compondo uma memória sobre ela.

A tabela de preços exposta no panfleto, para além da variedade de tamanhos e preços, revela a habilidade de Ângelo Naguettini em transformar fotografias em postais. Isso porque o processo de transformar a fotografia em postal exige procedimentos específicos.

Ainda nestas reflexões, é preciso considerar que a fotografia reproduzida no formato de postal adquire outras dimensões e significados. Quase sempre acompanhados de uma legenda, os postais, mais do que as fotos, possuem uma capacidade maior de imprimir sentidos e significados desejados, ao orientar a leitura sobre a imagem através das legendas. Estas acabam funcionando como uma espécie de “carimbo” que atestam aquilo que se busca evidenciar na imagem.

As imagens impressas nos postais adquirem dimensões mais amplas, uma vez em que quase sempre os cartões postais são produzidos para circulação. Neste sentido, é possível imaginar que grande parte das pessoas que encomendava este serviço na cidade, mesmo que guardassem um exemplar consigo, tinha como objetivo circular os postais, enviando-os a parentes distantes, presenteando amigos, etc.

Desta maneira, o que circulava não eram só as fotografias reproduzidas em postais, mas, sobretudo, a habilidade e os modos do fotógrafo transformar imagens em objetos a serem comercializados. Assim, o que estava sendo impresso e difundido neste material era uma perspectiva de Naguettini, essencialmente, referente às vistas da cidade, captadas por ele e comercializadas no seu Atelier.

A impressão do seu logotipo “Fotótica” nos postais possibilita a circulação e propaganda da sua marca, ao mesmo tempo em que reforça esta noção a qual nos referimos anteriormente, na difusão de uma perspectiva de cidade que, pela repetição e disseminação, habitua um olhar sobre a vida urbana que passa a constituir o imaginário social sobre a cidade.

Em poucas palavras, o que consideramos pertinente refletir sobre o anúncio do serviço de reprodução de fotografias em postais diz respeito à evidência de um mercado de produção e circulação, difundindo sentidos e significados da e na cidade nas relações que as pessoas estabelecessem.

A maneira pela qual o fotógrafo projetou a cidade nas fotos revela sua habilidade em transformar pelo foco, ângulo, técnica e, enfim, através de todo investimento dispensado na produção da fotografia, cenas da vida urbana em objetos a serem “vendidos” e/ou

“comercializados”, uma vez em que há um mercado fotográfico na cidade a partir do qual as imagens produzidas por Ângelo Naguettini circulam.

Esta habilidade de Naguettini “ganha” valorização permitindo a constituição de uma “marca”, na maneira de retratar a cidade, reconhecida socialmente. O reconhecimento de sua produção era atestada não só a partir das imagens divulgadas nos periódicos e/ou através daqueles que recorriam ao seu estúdio para se deixarem fotografar como também a partir dos cartões-postais que eram vendidos em sua loja, com o logotipo de seu negócio “Fotótica”, figurando vistas da cidade.

A notoriedade do fotógrafo na cidade é constituída socialmente. Ao mesmo tempo em que a habilidade de Naguettini em capturar a vida urbana denota o seu reconhecimento social, este, ou melhor, as relações sociais que constitui na cidade compõem e influenciam a sua habilidade ou, em outras palavras, as relações sociais que constituem na cidade, motivam a sua maneira de olhar e produzir visibilidade sobre o espaço urbano.

Perceber a presença das imagens de Ângelo Naguettini em diversos circuitos de difusão ajuda a compreender a produção do fotógrafo como parte de uma trajetória que construiu na cidade. Isto lhe garantiu o reconhecimento enquanto um agente social “capaz” de “apresentar” a cidade para os seus moradores e também para fora, através dos seus postais.

Assim, as fotografias de Naguettini consistiram em uma maneira de disseminar valores, concepções sobre os modos de viver o urbano que circularam dentro e fora de Uberlândia, constituindo o imaginário social sobre a cidade, que ganhou força a cada investimento que recebiam, ao serem difundidas nos periódicos, nos postais e/ou constituindo o cenário urbano.

Inspirada nestes supostos, alguns questionamentos ganharam força no desenvolvimento da pesquisa. Desta forma, se foi possível apreender um conjunto de imagens no percurso de investigação traçado, que cidade é essa que aparece nestas imagens? Quais os sentidos e significados produzidos nas narrativas das fotos a partir do privilégio de determinados espaços, focos, enquadramentos e ângulos?

Referências Bibliográficas

ARANTES NETO, Antônio Augusto. **Paisagens Paulistanas: transformações do espaço público.** Campinas: Unicamp/Imprensa Oficial, 2000.

BARBOSA, Marta Emília Jacinto. **Famintos Do Ceará: Imprensa e fotografia entre o final do século XIX e o início do século XX.** 2004. Tese de doutorado em História Social. PUC, São Paulo.

BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BRITES, Olga. Imagens da infância São Paulo e Rio de Janeiro, 1930/1950. **Proj. História,** São Paulo, (19), Nov. 1999. P. 261.

CALVO, Célia Rocha. **Muitas memórias e histórias de uma cidade: experiências e Lembranças de Viveres Urbanos. Uberlândia 1938-1990.** São Paulo: Tese de doutorado, Programa de estudos pós-graduados em história social. PUC/SP, 2001.

CRUZ, Heloísa de Faria. **São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana – 1890-1915.** São Paulo: EDUC; FAPESP, 2000.

FENELON, Déa Ribeiro (Org.). **Cidades.** Pesquisa em História. Programa de Estudos Pós-Graduados em História PUC/SP. São Paulo: Olho d'Água, 2000.

GRANETT-ABISSET, Anne Marie. O Historiador e a Fotografia. **Proj. História,** São Paulo, (24), jun. 2002.

GRANGEIRO, Domingues Cândido. **As artes de um negócio: a febre photographica.** São Paulo: FAPESP/Mercado de letras, 2000.

KOSSOY, Boris. **Origens e Expansão da Fotografia no Brasil século XIX.** Rio de Janeiro, FUNARTE, 1980.

_____. **Fotografia e história.** 2. Ed. Ver. São Paulo: Ateliê, 2001.

_____. **Realidades e Ficções na Trama fotográfica.** São Paulo: Ateliê, 2002, p. 6.

SAMUEL, Raphael. **Teatros de memória.** Projeto História, São Paulo, (14), fev. 1997.

_____. **Escopofilia.** Projeto História, São Paulo, (21), nov. 2000. p. 25-37.

SILVA, Idalice Ribeiro. **Flores do mal na Cidade Jardim: Comunismo e anticomunismo em Uberlândia – 1945-1954.** 2000. Dissertação (Mestrado em História). Departamento de

História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 2000.

THOMPSON, E. P. Intervalo: a lógica histórica. In: **A miséria da teoria ou um planetário de erros: uma crítica ao pensamento de Althusser**. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar, 1981, p. 47-62.

_____. Folclore, antropologia e história social. In THOMPSON, E. P. **As peculiaridades dos ingleses e outros artigos**. São Paulo: Unicamp, 2012.

VIEIRA Maria do Pilar Araújo; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha; KHOURY, Yara Maria Aun. **A pesquisa em História**. São Paulo: Ática, 1991.

WILLIAMS, Raymond. Lingua. In: WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979, p. 27-49.

_____. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.