

Arte, edição e poder na revista *Life*

Oswaldo Rodrigues de Souza Filho*
Fernando Guillermo Vázquez Ramos*

RESUMO:

Baseado nas ideias de Susan Sontag e na fenomenologia de Merleau-Ponty e Henri Bergson, este artigo apresenta reflexões sobre parte da produção fotojornalística da *Life* e sobre uma reportagem dessa publicação a respeito do arquiteto Mies van der Rohe. Em termos de comunicação de massa, a fotografia nessa revista foi usada como vetor de ideais, mecanismo que possibilitou a existência e o sentimento de pertencimento a um mundo que, embora fragmentário e em mutação, pretendia firmar-se como dominante.

Palavras-chave: Fotografia. Mies van der Rohe. Percepção.

Imagens que falam

Mil imagens podem valer por uma palavra, como se diz. O advento da fotografia, na primeira metade do século XIX, permitiu à sociedade ocidental, atordoada entre inúmeras invenções, aperfeiçoar um processo aparentemente confiável de captação do mundo real. Consequentemente, afirmaria Susan Sontag (1981, p. 4), capaz de suscitar poder e controle. No bojo de uma cultura de massa que se tornou a chave dos processos de comunicação, o novo meio consolidou-se também como um novo filtro dos acontecimentos, de momentos nos quais o real pode ser moldado pelos possíveis diferentes pontos de vista dos fotógrafos “assombrados por imperativos tácitos de gosto e consciência” (SONTAG, 1981, p. 6). A veracidade visual de um fenômeno passou a ser confirmada pela visão do outro, e não só pela realidade em si. A imagem fotográfica virou documento incontestável da realidade.

A luz carrega partículas de informação visual, os fragmentos das construções imagéticas que atingem nosso espírito são coleções de registros de uma cena ou situação qualquer, os fotogramas do filme fotográfico são a prova de nosso testemunho do real. Mas essa realidade fica atomizada (SONTAG, 1981, p. 22), pois forma-se a partir do que se vê; é também representação cultural, técnica e estética, portanto, ideológica (KOSSOY, 2000, p. 59) dessa observação – é um olhar peculiar. Ou seja, essa capacidade de aglutinar e consolidar as mais variadas perspectivas de um fenômeno resulta numa produção de sentido determinante de identidade(s) que é dado pela fotografia. Assim, ela se torna um dos motores dessa condição de pertença que a sociedade moderna produziu para conviver (ou suportar) com a dissolução da humanidade dos homens que resultou da massificação engendrada pela industrialização.

Esse caráter é sustentado pelos onipresentes códigos visuais nos sistemas e nas estruturas de nosso cotidiano, o que nos coloca dentro de um mundo em princípio inacessível. Só podemos ser aquilo que vemos, mas também vemos aquilo que queremos ser, o que nos alivia. Hoje, não existimos sem imagem. Nos anos 1970, Sontag (1981, p. 23) já havia entendido que a “necessidade de comprovar a realidade e ampliar a experiência através da fotografia representa um consumismo estético pelo qual todos nós [...] estamos obcecados”. As *selfies* da atualidade não são mais que a quintessência dessa obsessão. Essa “quintessência da arte das sociedades afluentes, destruidoras, insaciáveis” (p. 69), aut centradas e individualistas tornou-se definitivamente um instrumento não só “indispensável à nova cultura de massas”, mas também uma de suas maiores contribuições plásticas, que certamente foi potencializada com o cinema.

Mas de onde vem essa obsessão pela imagem, constitutiva do homem atual? Como ele passou a se expressar visualmente e a se inserir nesse novo mundo massificado? Nesse contexto, qual seria o marco balizador de suas ações como formador e condutor de opinião?

O segredo dos detalhes

A partir do século XIX, como resultado de um instigante incremento das diferentes tecnologias que surgiram da Revolução Industrial, apareceram no dia a dia das pessoas inventos como o telégrafo elétrico (1830), o telefone (1876), a luz elétrica (1878), o primeiro transmissor de ondas eletromagnéticas, ou rádio (1895), que, em muito pouco tempo, converteram-se em elementos indispensáveis no mundo onde a industrialização se acelerava rapidamente. Nesse cenário que se descortinava de forma avassaladora, a fotografia, inventada em 1826 – se consideramos o trabalho de Joseph Nicéphore Niépce –, assumiu o papel de vetor de recriação de uma sociedade que começava a enxergar seu lugar de outra maneira, vendo o real, o agora instantâneo (ABBOTT, 1980, p. 183).¹ Jornais e revistas, que tradicionalmente usavam desenhos, logo perceberam a importância da nova mídia. Enriquecida pelas imagens, a narrativa jornalística aguçava nos leitores a vontade de serem “observadores visuais” e de “estarem perto do acontecimento quando este tivesse lugar” (SOUSA, 2004, p. 37-38), ainda que não passassem de meros espectadores. Essas mudanças concorreram para consolidar um ambiente humano cada vez mais dinâmico, criativo e aberto ao progresso, no qual o “ato de ver” se tornou um mecanismo de asserção não só do sujeito “mais alfabetizado e carregado de entusiasmo pelas novas técnicas” (SOUSA, 2004, p. 61), mas também do “grande público”, outra criação da sociedade de massas.

Esse dinamismo positivista-industrial ultrapassou a sociedade *fin de siècle* e, na passagem para o século XX, no alvorecer da primeira década, foi pedra angular do movimento cultural gerador da modernização frente ao assombro, a “intensificação da vida nervosa” teorizada por Simmel (2005, p. 577), das novas metrópoles que surgiram da industrialização. Juntando-se a uma sociedade elitizada em festa, *la Belle Époque*, animada por esse mecanismo definitivo de comprovação do vivido, a fotografia chegava à maioria ao ser transformada em grande negócio comercial, notadamente nos EUA, onde a imagem realista abriu espaço para o simulacro, a fantasia dos cenários extravagantes, a ostentação (ABBOTT, 1980, p. 181). Assim, a representação encontrou nessa sociedade opulenta seu ambiente mais propício:

Ninguém jamais descobriu a feiura através da fotografia. Mas muitos, através da fotografia, têm descoberto a beleza. Com exceção dos casos em que a câmera é usada para documentar ou representar ritos sociais, o que leva uma pessoa a tirar fotografias é a procura de alguma coisa que seja bela. [...] O papel da câmera de embelezar o mundo tem sido tão bem-sucedido que a fotografia, e não o mundo, tornou-se o padrão de referência do belo (SONTAG, 1981, p. 83).

A demolição do estatuto de processo imutável de reprodução ou cópia fiel da realidade, inicialmente encampado pela fotografia, foi favorecida pelo fato de que vários movimentos artísticos de corte vanguardista adotaram o invento de Louis Jacques Mandé Daguerre. Naturalismo, pictorialismo, futurismo, expressionismo, surrealismo, construtivismo e dadaísmo influenciaram a maneira de ver e também a maneira de captar imagens da fotografia, e essa forma de percepção não só afetou amadores e artistas, mas determinou a atividade que associaria a fotografia à sociedade de massas, o fotojornalismo (SOUSA, 2004, p. 62). Por outro lado, o realismo objetivo que a fotografia carregava como marca de nascença levou à reação de vários fotógrafos, que se sentiram traídos por esse desmanche da “ontologia” da arte fotográfica.

O primeiro movimento que pretendeu retomar os valores de verdade que supostamente existiam na fotografia, especialmente quando vinculada a um jornal ou a uma revista, foi o *Photo Secession*, que já em 1903 “procurava abrir caminhos mais realistas para o meio”. Promovido principalmente pela revista *Camera Work* (1903-1917) (Fig. 1), publicação trimestral capitaneada pelos fotógrafos Alfred Stieglitz (1864-1946), Edward Steichen (1879-1973) e Paul Strand (1890-1973).

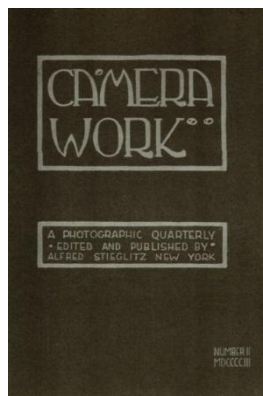


Figura 1: Capa da edição n. 2 da revista *Camera Work*, 1903
Fonte: Index of Modernist Magazines.

Esse movimento preconizava “uma estética modernista e especificamente americana, consagrada ao elogio da cidade, da indústria, do progresso e dos costumes não pitorescos” (SOUSA, 2004, p. 62). A produção de imagens destinadas a aparecer em meio impresso, revistas e jornais, dedicou-se a construir uma realidade visível, ainda que produto de recorte e seleção, que fosse capaz de “retratar” esse impulso que o mundo industrial – com suas chaminés e seus barcos a vapor, a força propulsora da modernidade – vinha configurando. Nova York e Chicago eram as cidades que melhor representavam esse esforço e, assim, as mais fotografadas (Fig. 2).



Figura 2: *The city of ambition* (Nova York), fotografia de Alfred Stieglitz publicada na revista *Camera Work* 36, 1910.
Fonte: Art of Photogravure ([s.d.]a).

O movimento sacudiu a produção fotográfica da época ao reafirmar sua independência dos procedimentos artísticos, destacando aquilo que está no cerne de seu estatuto – a relação do olho com a câmera –, priorizando uma atitude de “ver o real” sem interferências, a “fotografia pura”, ainda que o peso da artisticidade – da luz e das sombras e do “ambiente” – nunca tenham deixado de influenciar suas imagens. As fotografias de Edward Steichen, por exemplo (Fig. 3), impregnadas de um ar parisiense, transmitem as formas de ver que o impressionismo tinha construído com a pintura, não só pela técnica esfumada da imagem, mas também pelo enquadramento:

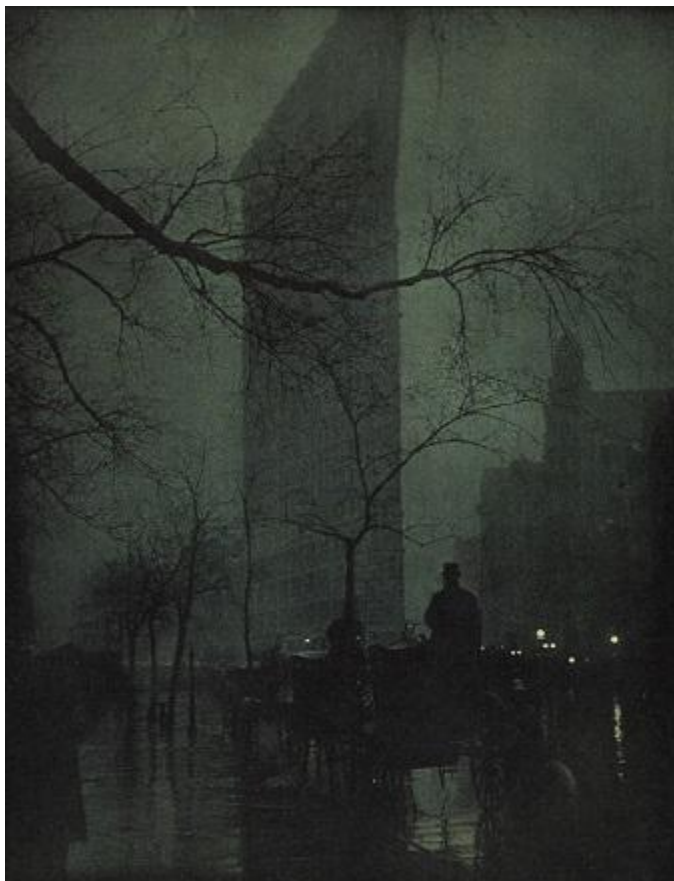


Figura 3: *The Flatiron – evening*, fotografia de Edward Steichen publicada na revista *Camera Work* 14, 1906

Fonte: Art of Photogravure ([s.d.].b).

O trabalho de reafirmação da ligação com a realidade promovido pelo *Photo Secession* resultou na consolidação de um segundo movimento, de afirmação do poder de transmissão da realidade que tinha a fotografia: a chamada *straight photography*. O movimento propunha uma imagem mediada e afetada pelo observador privilegiado (o fotógrafo), “percebida e registrada a partir do ponto de vista” pessoal (SOUSA, 2004, p. 63). O que subjaz a essa tendência não é só a imposição do reconhecimento autoral – e artístico –, mas também a percepção da importância do observador no mundo moderno: não o *voyeur* baudelaireano, mas um atento e crítico participante, especialmente forte nos EUA, que reivindica o individualismo como força propulsora do progresso.

Assim, a informação visual passava a ser fragmentada, produto dos mais variados olhares. O fotógrafo passava a ser um “observador perspicaz [...] como um escritor”. A realidade se construía a partir de cada olhar, dos movimentos de cada indivíduo, o que oferecia provas não só daquilo que se constitui ao nosso redor, mas fundamentalmente providenciava “uma avaliação do mundo” (SONTAG, 1981, p. 86). Ao tomar para si a tarefa

de relatar aquilo que se desvelava a seus olhos, o fotógrafo estabeleceu o que Sontag (1981, p. 87) chamou de “heroísmo da visão [...] um novo modelo de atividade independente que permitiu a cada um revelar certa sensibilidade única e ávida”. Essa nova responsabilidade deu ao sujeito (observador fotográfico) o controle de sua realidade, já que enxergar o mundo pelo visor da câmera, enlaçado diretamente com o “objetivo” que “captura” o mundo, é, ao mesmo tempo, reduzir o alcance de sua própria visão (o foco) e aumentar a importância de um dado fenômeno, já que recortar um espaço é destacá-lo, dar-lhe valor, atribuir-lhe um mérito faz parte do que chamamos de enquadramento (colocamos no quadro o que queremos ver e transmitir pela imagem). Essa é a razão pela qual a fotografia é contingente, “ela resume-se num cortejo de fragmentos causais – uma forma infinitamente fascinante, dolorosamente reduzida, de lidar com a realidade” (SONTAG, 1981, p. 79). Assim, a fotografia se consolida como prova do real, mas também como um documento particular, uma visão autoral e privilegiada:

[a fotografia] deve ser, ou deveria ser, um documento significativo, uma declaração penetrante, [que] pode ser descrita [com] um termo muito simples, seletividade. [...] Os motivos ou pontos de vista são obrigatoriamente diferenciados em cada fotógrafo, e aqui se situa a importante diferença que separa uma abordagem de outra. A seleção do conteúdo apropriado em uma fotografia vem de uma união, vem de uma excelente união, de um olho treinado com uma mente imaginativa (ABBOTT, 1980, p. 183).

A revista *Life* molda o mundo

Amparadas em doutrinas políticas que fizeram dos anos 1920 a 1950 uma época de enormes mudanças ideológicas, as revistas ilustradas começaram a mostrar a seus leitores, na primeira metade do século XX, pedaços do que acontecia em todo lugar. A URSS e os EUA, além da Alemanha, da França, da Itália, da Grã-Bretanha e do Japão, eram os protagonistas desse tempo. Ainda que “a influência política dos Estados Unidos no mundo não correspondesse, de modo algum, a sua extraordinária força industrial” (KENNEDY, 1989, p. 315-316), os estadunidenses caminhavam a passos largos para alcançar o protagonismo mundial.

Na paisagem moderna que surgira nesse período entre guerras, as armas que ganhavam impulso eram as dos novos meios de comunicação de massa, com a reportagem e a câmera fotográfica firmando a imprensa como agente poderoso dentro das sociedades tecnologicamente mais avançadas. O desenvolvimento vigoroso de um amplo setor alfabetizado da sociedade colocava, pela primeira vez, o homem comum no papel de sujeito de sua própria história (HOBSBAWN, 1995, p. 191). Foi em meados dessa época, mais precisamente em 23 de novembro de 1936, que nasceu uma das maiores e mais respeitadas publicações fotográficas da história, a prestigiosa revista *Life*.

Henry R. Luce, seu fundador, tinha plena consciência da força concentrada em suas mãos, pois já havia experimentado a influência da imprensa quando lançara, em 1923, a revista *Time*. Com *Life*, Luce inaugura a primeira revista semanal fotográfica de informação de alcance internacional. Sua primeira edição (1936) (Fig. 4), dividida por assuntos, já mostrava fortemente essa característica de “ubiquidade redentora”, com dezenas de artigos variados sobre, por exemplo, o controle federal da educação, os casos importantes da Suprema Corte, a limitação de armas, a fronteira mexicana e a imigração, os ministérios da Aeronáutica, do Exército, da Marinha etc.

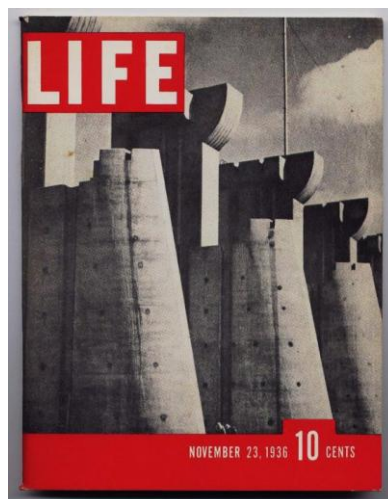


Figura 4: Capa do número 1 da revista Life, nov. 23, 1936
Fonte: Cosgrove (2012).

Os esforços do editor para cobrir mundialmente tudo o que fosse interessante visualmente para a população dos EUA fizeram dele a voz líder na propagação dos “princípios americanos”, da ideia de um planeta obrigado a entender e aceitar que o que é bom para os EUA é bom para o mundo – mesmo se se tratasse de medidas de força, já que para ele o país tinha o “direito moral de utilizar suas forças militar e econômica na promoção da democracia e da liberdade” (US. DEPARTMENT OF STATE, tradução nossa).

Homem de seu tempo, pode-se dizer que trabalhou muito por suas convicções. Em fevereiro de 1941, com o mundo vivendo os horrores da II Guerra Mundial mas com os EUA ainda fora dela – o ataque japonês ao porto de Pearl Harbor, no litoral do Pacífico, que selou a entrada estadunidense na guerra, só aconteceria em 7 de dezembro – Luce (1941, p. 61-65, tradução nossa) publicou na *Life* extenso editorial, intitulado *The American Century* (O Século Americano), no qual chamava os governantes e a população dos EUA à responsabilidade e ao papel do país que naquele momento se descortinava:

[...] Sabemos o quanto somos sortudos em comparação com todo o resto da humanidade. [Pois] pelo menos dois terços de nós somos simplesmente ricos, em comparação com todo o resto da família humana – ricos em alimento, ricos em roupas, ricos em entretenimento e diversão, ricos em lazer, ricos. [...]

[...] O ponto importante aqui é simplesmente que a oportunidade completa de liderança é nossa. [...]

[...] chegamos agora direta e intimamente, cara a cara, ao problema que os americanos mais odeiam encarar. É aquela velha questão, velha como aqueles velhos rótulos desgastados: a questão do isolacionismo contra o internacionalismo. [...]

[...] Mas nós, americanos, que internacionalismo temos para oferecer? O nosso não pode sair da visão de um único homem. Ele deve ser o produto da imaginação de muitos homens. Deve ser uma partilha, com todos os povos, de nossa Declaração de Independência, nossa Constituição, nossos magníficos produtos industriais, nossas habilidades técnicas. Deve ser um internacionalismo do povo, pelo povo e para o povo. [...]

[...] ficaremos espantados ao descobrir que já existe um imenso internacionalismo norte-americano. Jazz norte-americano, os filmes de Hollywood, gíria americana, máquinas americanas e produtos patenteados são de fato as únicas coisas que cada comunidade no mundo, de Zanzibar a Hamburgo, reconhece em comum [como americana]. Cegamente, sem querer, acidentalmente e, realmente, apesar de nós mesmos, já somos uma

potência mundial em todos os caminhos do dia a dia. Mas há muito mais do que isso. A América já é a capital intelectual, científica e artística do mundo. [...]

[...] É a América e só a América, que pode determinar se um sistema econômico de livre iniciativa – uma ordem econômica compatível com a liberdade e progresso – deve ou não prevalecer neste século. [...]

[...] veremos se teremos ou não, para nós mesmo se nossos amigos, a liberdade dos mares – o direito de ir com nossos navios e nossos aviões transoceânicos aonde quisermos, quando quisermos e como quisermos. Avião da América como o principal garantidor da liberdade dos mares, a visão das Américas[sic] como líderes dinâmicas do comércio mundial traz em si as possibilidades tanto de um enorme progresso humano quanto de confundir nossa imaginação. Não nos deixemos hesitar por isso. Vamos nos levantar para as imensas possibilidades. [...]

[...] Outras nações podem sobreviver por muito tempo – às vezes com mais, às vezes com menos importância. Mas esta nação, concebida em aventura e dedicada ao progresso do homem – esta nação não pode realmente sobreviver, a menos que o sangue [cheio] de propósitos e projetos da maior importância corra fortemente através de suas veias, do Maine à Califórnia. [...] É com esse espírito que todos nós somos chamados, cada um segundo sua própria capacidade e cada um no mais vasto horizonte de sua visão, a criar o primeiro grande Século Americano.

Assim, semanalmente, durante 36 anos, Henry R. Luce foi construindo e assentando, tijolo por tijolo, foto por foto, o ideal pelo qual lutava ferozmente e queria ver fincado em todo o planeta. A *Life* foi o meio de expressão visual de todos esses conceitos. Suas páginas foram veículos de narrativas heroicas, representações idealizadas, exposições alegóricas que imbuíam na mente de seus leitores a doutrina da primazia estadunidense.

A metrópole de Nova York esteve entre os protagonistas desse processo, com as superestruturas dos seus arranha-céus galvanizando a atenção mundial em crescimento acelerado nas décadas de 1930 a 1960, quando os EUA trataram de se impor ao mundo como único paradigma possível de progresso e desenvolvimento econômico. Nessa estratégia, os edifícios nova-iorquinos se cristalizaram como catalisadores da admiração por uma metrópole que já no século XIX foi conhecida como “o teatro do progresso” e na qual os ícones da religião foram substituídos pelos da edificação, fazendo da arquitetura a nova crença da cidade (KOOLHAAS, 2014). A atuação da *Life* se encaixava perfeitamente nesse sistema:

Uma sociedade capitalista exige uma cultura baseada em imagens. Necessita fornecer quantidades muito grandes de divertimentos a fim de estimular o consumo e anestesiar os danos causados pelo fato de pertencermos a determinada classe, raça ou sexo. E necessita igualmente reunir quantidades ilimitadas de informação, explorar os recursos naturais de modo eficiente, aumentar a produtividade, manter a ordem, fazer a guerra e proporcionar empregos aos burocratas. A dupla capacidade da câmera de tornar subjetiva e objetiva a realidade satisfaz essas necessidades de forma ideal, e reforça-as. [...] A produção de imagens fornece também uma ideologia dominante. A transformação social é substituída por uma transformação de imagens. A liberdade de consumir uma pluralidade de imagens e bens equivale à própria liberdade. A contração da liberdade de opção política em liberdade de consumo econômico exige a produção ilimitada e o consumo de imagens (SONTAG, 1981, p. 171).

Nesse cenário, uma nova era começou a despontar aos olhos da sociedade ocidental, fundamentalmente a estadunidense, com os conceitos de oportunidade e prosperidade

permeando o imaginário de boa parte da população. Esse novo renascimento teria em Manhattan o seu ideal (Fig. 5 e 6).



Figura 5: Vista aérea de avião de passageiros Douglas DC-4 voando sobre Manhattan, Nova York. Foto: Margaret Bourke-White.
Fonte: Cosgrove (2014).



Figura 6: Nikita Khrushchev, secretário-geral do Partido Comunista da União Soviética, visita o edifício Empire State, onde teve um encontro com a imprensa, em setembro de 1959. Foto: Al Fenn.
Fonte: Cosgrove (2013).

Nas páginas da *Life*,² centenas de fotografias preenchem semanalmente a vida das pessoas como os desígnios dessa nova era, que eram gradualmente absorvidos e integrados a uma autoimagem da própria sociedade, agora moldada pelos editoriais desse e de outros poderosos meios de comunicação e informação de massa que existiam, desde o século XVIII,³ nos EUA.

A revista *Life* apresenta Mies van der Rohe

O sentimento de renascimento e prosperidade de Nova York que a revista procurava transmitir a seus leitores é evidente, por exemplo, na ampla reportagem publicada em março de 1957 sobre a figura e a obra do conhecido arquiteto alemão – naturalizado estadunidense em 1949 – Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969). Ilustrada com fotografias de Frank Shcherschel, a matéria apresenta ao grande público as obras que foram, em alguma medida, o ponto de partida da consagração de Nova York – e também dos EUA – como centro do mundo:

Em todos os EUA, de Nova York ao Texas, uma nova arquitetura, austera mas impressionante, começou a se formar nos horizontes da cidade. Corajosamente retangular, com esqueletos revestidos de aço em chapas de vidro, é a inspiração e realização de um dos grandes arquitetos do século 20, Ludwig Mies van der Rohe (Emergence [...], 1957, p. 60, tradução nossa).

Mies projetou o edifício Seagram (Fig. 7), marco da transfiguração da ilha de Manhattan, o distrito mais famoso da cidade.



Figura 7: “Nós só resolvemos problemas” e “Construímos com um propósito” são os subtítulos dessas duas páginas. Elas mostram aspectos da construção do Seagram, além de Mies van der Rohe e do investidor, Herbert Greenwald, contemplando as maquetes de um projeto para remodelar o Battery Park, em Manhattan.

Fonte: Luce (1941, p. 64-65, tradução nossa).

A partir de sua inauguração, no mesmo ano de 1957, os arranha-céus começaram a abandonar a até então onipresente forma zigurate, resultante da legislação urbanística vigente, em prol de construções de prismas puros, sem adornos, de perfil reto e preciso, com o interior quase totalmente desnudado pelas fachadas envidraçadas. “Menos é mais” era, de acordo com o artigo, o credo do arquiteto (Emergence [...], 1957, p. 68). Ainda que o próprio arquiteto nunca tenha pronunciado tais palavras, o apelo jornalístico era tal que as três palavras viraram mote identificador do trabalho precioso, sofisticado, elaborado, altamente intelectualizado e estetizante de Mies van der Rohe.

Em 1957, Mies era um arquiteto de prestígio internacional, mas a *Life* não era especializada em arquitetura. O que ela mostrava, com as impactantes fotografias de Shcherschel, não era sua obra arquitetônica, mas seu reconhecimento como expoente dessa arte. O artigo mistura declarações do arquiteto, comentários do articulista (desconhecido) e imagens apelativas da obra. Mies se transforma em marca registrada de autoridade. O sonho americano do imigrante bem-sucedido fica evidente no caso do artista. Os edifícios ultramodernos de aço e vidro que surgiram em Chicago em frente ao lago Michigan (Fig. 8), uma década antes, produto da afortunada associação entre um arquiteto talentoso e com obra personalíssima e um jovem empreendedor imobiliário, Herbert Greenwald, se espalharam pelo mundo nos anos 1950-1960.



Figura 8: Páginas iniciais da reportagem sobre Mies van der Rohe na revista *Life*, onde se veem, além do próprio Mies, a maquete e um detalhe da fachada dos edifícios desenhados para Lake Shore Drive 860-880, de Chicago

Fonte: Luce (1941, p. 60-61).

Para Mies (Emergence [...], 1957, p. 60, tradução nossa), citado diretamente na publicação, a “arquitetura tem de ser fiel a seu tempo [...] e seus edifícios [...] foram projetados para expressar na mais pura forma um conceito tecnológico de nossa era tecnológica” – esse foi o propósito do projeto do Seagram, que o artigo exaltava como imagem de uma América triunfante. O edifício também compartilhava as linhas austeras de um dos mais importantes centros de ensino do país, o Illinois Institute of Technology (Illinois Tech.), onde Mies lecionava arquitetura desde 1938 e para o qual tinha projetado e construído icônicas obras da arquitetura moderna como o Crown Hall (a escola de arquitetura do IIT) e a singela capela (Fig. 9).



Figura 9: “Com lógica, um edifício brilha”, diz o título dessas páginas, onde se vê um reflexo na fachada do edifício Lake Shore Drive e a fachada do Illinois Tech’s Crown Hall e também da capela do Illinois Tech.

Fonte: Emergence [...] (1957, p. 62-63, tradução nossa).

O artigo apresenta o arquiteto alemão como um herói “americano”, um mestre que cativa os jovens estudantes, disposto a ensinar sua mensagem de rigor técnico e beleza industrial. Enfatiza os aspectos didáticos e dá corpo ao professor que ilumina seus alunos (Fig. 10). Assim, a imagem que *Life* transmite a seus leitores não é a de um arquiteto, mas a de um humanista que usa a técnica (moderna) em prol da sociedade, que num “mundo livre” como os EUA encontrou campo fértil para produzir e ensinar, para criar e pensar. Nada na reportagem foge do estereótipo do pragmatismo capaz de resolver imediatamente uma proposta de progresso deslumbrante: “com lógica, um edifício brilha” (Emergence [...], 1957, p. 62, tradução nossa) (Fig. 9).

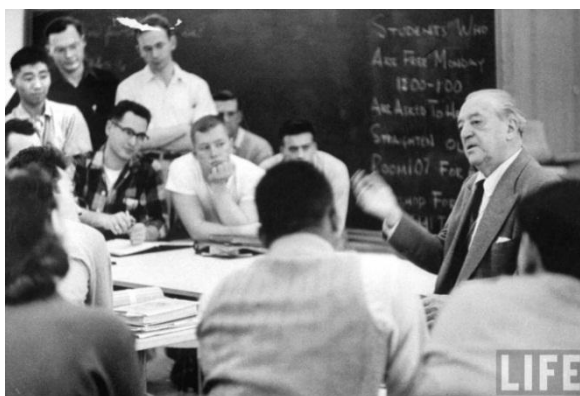


Figura 10: Mies fala a seus jovens alunos no Crown Hall, lembrando-lhes que “Deus está nos detalhes”

Fonte: Emergence [...] (1957, p. 68, tradução nossa).

É parte do jogo de encantamento que a revista desenvolve nesse e em todos os artigos que apresenta. Não se trata apenas de informar, mas sim de cativar, capturar o sentimento humano do leitor, que verá um velho professor (Mies tinha 70 anos à época) interagindo com os jovens futuros arquitetos que encheram o país de belos prismas cristalinos, tipos perfeitos do modelo de vida estadunidense. As ideias de Ludwig Mies van der Rohe mantiveram-se vivas pelo menos até os anos 1970 e depois dos anos 1990 também. Os

pedaços, as frações que formam as fotografias, as partículas que compõem a luz parecem plasmar suas obras. “Deus está nos detalhes”, dizia ele, repetindo um antigo ditado que se remonta até Proclo Lício, cujo passatempo favorito era “ler livros sobre filosofia e ciência [...] para descobrir o que é realmente essencial em nosso tempo. [...] Nós não estamos tentando agradar as pessoas. Estamos nos dirigindo à essência das coisas” (Emergence [...], 1957, p. 68, tradução nossa).

Na última fotografia da reportagem (Fig. 11), aparece um Mies envolto numa nuvem de fumaça, de um dos puros Montecristo que costumava fumar, contemplando a fachada de um dos edifícios Lake Shore Drive 860-880, que, por sua vez, reflete as nuvens do céu.



Figura 11: Mies van der Rohe fumando contemplativamente e um detalhe da fachada envidraçada de um dos edifícios Lake Shore Drive 860-880, de Chicago
Fonte: Emergence [...] (1957, p. 66-67).

Ambas as imagens se entrelaçam numa continuidade que parece enfatizar a união espiritual entre criatura e criador, entre a arquitetura e o arquiteto. O texto só faz destacar o que a imagem já revela: “para [alcançar] a verdadeira grandeza, você tem que atravessar as nuvens”.

A sombra de um indício

Chegamos, assim, a uma bifurcação do fazer fotográfico. Quais seriam suas verdades, seus atributos universais? A imagem percebida, apreendida de modo inerte pelo olhar ou a imaginada, buscada, criada pelo espírito seletivo? A fachada de nuvens e a fumaça do cigarro, ou o vínculo imaterial que a sequência, o enquadramento e a montagem produzem no leitor (espectador)?

Até onde vai a independência desse espectador? Será ele conduzido a determinado olhar pelo verdadeiro observador da cena, o fotógrafo (e seu editor)? No auge da revista *Life*, nos anos 1950, Bill Bernbach (apud CRACKNELL, 2011, tradução nossa), lendário publicitário estadunidense, estabeleceu a ideia de que “todos os que usamos profissionalmente a comunicação de massa somos modeladores da sociedade”. A dúvida lançada por esse embate nos leva obrigatoriamente a uma busca da imagem não só como reprodução de um objeto sensível ou de uma realidade inteligível, mas também como representação mental das coisas, ideológica também, como marca deixada em nossa

percepção intencionalmente pelo fotógrafo ou pelo editor de uma revista de variedades. É como marca que uma imagem nos dá uma impressão, no sentido de influência, de algo percebido. Nesse sentido, como afirma Roberto Signorini (2014, p. 33), apoiando-se em Rosalind Krauss, a imagem (fotográfica) não é figurativa, mas sintoma de uma condição dada, “uma presença muda, não mediatizada pelos processos de simbolização [...] de criação [...] [das] artes miméticas nobres, como a pintura, o desenho, a escultura” (KRAUSS⁴apud SIGNORINI, 2014, p. 36), ou, usando a interpretação de Charles S. Peirce e adotada por Krauss (2013, p. 15-16), a fotografia tampouco é um ícone, nem sequer um símbolo, mas um mero indício. Ou seja, um mesmo registro visual pode ensejar diferentes interpretações, uma variedade de significações sobre um mesmo referente: a fotografia é “a única arte nativamente surreal” (SONTAG, 1981, p. 52). Ou, de acordo com Rosalind Krauss⁵ (apud SIGNORINI, 2014, p. 37):

[...] a fotografia é um “momento de isolamento ou de seleção” análogo ao processo artístico do *ready-made*, como este “um signo intrinsecamente vazio”, com um significado dependente apenas dessa situação particular, garantido justamente pela presença existencial desse objeto.

Essa em princípio impossível união orgânica entre o índice e o vazio é o que Roland Barthes (1984, p. 13-17) designou como o paradoxo fotográfico, em que a fotografia é análoga ao real, tem uma transparência inata, “algo tautológica”, mas traz sempre algo (seu referente): “não há foto sem alguma coisa ou alguém”, representados de alguma maneira; há sempre uma conotação nessa mensagem sem código. Como pontua Sontag (1981, p. 77), “em princípio, a fotografia cumpre o mandato surrealista de adotar uma atitude igualmente descomprometedora com relação ao tema abordado. (Tudo é ‘real’), a fumaça, a nuvem, o edifício e o homem que fuma. Nessa disputa, a fotografia passa a corporificar-se como o eido da condição humana: essa grandeza que o ser humano tem que alcançar atravessando as nuvens.

Razão de escolha

Tal força da fotografia nos atiza a curiosidade e impele a investigar sua origem, a fenomenologia do seu ser. O ponto de partida dessa análise nos leva necessariamente à busca de uma possível essência capaz de explicar esse fenômeno. Por que se fotografa, por que se publica o que se fotografa, por que se publicam de determinadas maneiras determinadas fotografias? A partir daí, somos obrigados a trabalhar o termo *imagem* sob a perspectiva de diferentes conceitos:

Não há dúvida de que nosso mundo é principal e essencialmente visual, não faríamos um mundo com perfumes e sons. Mas o privilégio da visão não é o abrir *ex-nihilo* sobre um ser puro ao infinito: também ela possui um campo, um alcance, as coisas que nos dá não são coisas puras, idênticas a si mesmas e inteiramente positivas (MERLEAU-PONTY, 1971, p. 86).

Se tomarmos imagem pelo caráter sensível das ideias, se o “realismo fotográfico pode ser definido [...] não como aquilo que está ‘realmente’ aí, mas como o que ‘realmente’ percebemos [...]” (SONTAG, 1981, p. 116), “como explicar [...] que as mesmas imagens sejam relativamente invariáveis no universo [e] infinitamente variáveis na percepção?” (BERGSON, 1999, p. 20). Essa dicotomia entre realismo e idealismo (tornar um fato presente à consciência, apresentar ao sujeito certa imagem visual) é algo que deixa o homem um tanto quanto suscetível por experimentar diferentes sensações. “Como qualquer

fotografia constitui apenas um fragmento, seu peso moral e emocional depende de como e onde é inserida. A fotografia transforma-se de acordo com o contexto em que é vista” (SONTAG, 1981, p. 102). Mies e seu arranha-céus de Chicago ou de Nova York, as nuvens e a fumaça poderiam constituir partes de muitos relatos; o que a *Life* apresentou em 1957 é um deles, intransferível e único. Somos atraídos ou nos dirigimos àquilo que nos interessa condicionalmente, nos deslocamos em direção à luz dos fatos apresentados (não necessariamente verdadeiros, mas plausíveis pela montagem da imagem), editores e fotógrafos conhecem o poder dessa atração:

Basta que eu veja alguma coisa para saber juntar-me a ela e atingi-la [...] a visão depende do movimento. Só se vê o que se olha. Tudo o que vejo por princípio está ao meu alcance, pelo menos ao alcance do meu olhar, assinalado no mapa do “eu posso” (MERLEAU-PONTY, 2013, p. 19, 23).

Mas quais são os caminhos que percorremos nessa trajetória? Uma viagem pode ter muitos desvios, paradas, trechos sem saída, pode demorar mais, ou nos levar rapidamente ao lugar. E o ponto de chegada também pode mudar ao sabor de nossas necessidades. “Uma das características básicas da fotografia está no processo pelo qual seu destino original é modificado” (SONTAG, 1981, p. 103), como nós mesmos fizemos aqui com as fotografias de Shcherschel. A imagem gerada pela câmera fotográfica, então, não se coloca como um processo imutável de registro da realidade. Na verdade, ela é criada, pensada pelo fotógrafo antes de pressionar o botão disparador. “Não há visão sem pensamento. Mas não *basta* pensar para ver: a visão é um pensamento condicionado, nasce por ocasião do que acontece no corpo, é excitada a pensar por ele” (MERLEAU-PONTY, 2013, p. 36). O mesmo acontece com a montagem editorial em que a reportagem fotojornalística expressa uma intenção, sempre impositiva, que é dada ao espectador como acabada.

Chegamos assim à intencionalidade fotográfica, ou à chamada *fotograficidade* “a substituição do estético pelo artístico”, uma “corrente de revelação” – entendida como “prática que se dirige às coisas para voltá-las para nossa atenção”, como afirmaram Francesca Alinovi e Claudio Marra⁶(apud SIGNORINI, 2014, p. 49). Assim, voltamos às questões do índice e do *ready-made* levantadas por Rosalind Krauss⁷(apud SIGNORINI, 2014, p. 49) e podemos dizer que as fotografias, imagens visuais, com que nos defrontamos diariamente são produtos de conceitos preexistentes, de intenções que se levantam frente a nós.

O verdadeiro não é nem a coisa que vejo, nem o outro homem que também vejo com meus olhos, nem enfim essa unidade global do mundo sensível [...]. O verdadeiro é o *objetivo*, o que logrei determinar pela medida ou, mais geralmente, pelas *operações* autorizadas pelas variáveis ou entidades por mim definidas a propósito de uma ordem dos fatos (MERLEAU-PONTY, 1971, p. 25).

Uma ordem que, como vimos no artigo da *Life* sobre Mies van der Rohe, pode ser recriada ao sabor das próprias imagens que indicam mas também forçam uma leitura, um sentido da mensagem que se constrói de acordo com o meio que a contém. Sempre ficará a pergunta sobre quem condiciona quem.

À guisa de conclusão

A luz que se propaga em linha reta pode ou não ser distorcida em determinados meios. Assim, ela se espalha ao sabor de perturbações existentes ou surgidas em seu percurso eternamente contínuo, até o momento brusco da interferência. Esse balanço nos leva a uma experiência temporal, resultante de uma ação pessoal que a define, a torna existente. “É o

artista que é verídico, e a foto que é mentirosa, pois na realidade, o tempo não para” (MERLEAU-PONTY, 2013, p. 50). Voltamos novamente à questão do indício, já que a manipulação das imagens, tanto em termos técnicos quanto sobretudo no sentido da edição, pode nos apresentar uma realidade diferente da imagem em si, “uma fotografia é não só uma imagem (como é a pintura), uma interpretação do real, mas também um vestígio, diretamente calcado sobre o real, como uma pegada ou uma máscara fúnebre” (SONTAG, 1981, p. 148).

Assim, as demandas interiores dos fotógrafos, as necessidades editoriais de revistas e jornais, esses movimentos e deslocamentos têm de ser em direção a algo: as intenções. Nessa trajetória, “é preciso levar em conta que perceber acaba não sendo mais do que uma ocasião de lembrar, que na prática medimos o grau de realidade com o grau de utilidade” (BERGSON, 1999, p. 69). Ou seja, percepção é escolha porque é conhecimento, é tomar partido de alguma maneira, “perceber significa imobilizar” (BERGSON, 1999, p. 244), como faz a imagem fotográfica, é selecionar, como se faz no enquadramento, mas ao mesmo tempo é também validar todas as realidades que me são dadas, a um “eu” fotógrafo, a um “eu” observador e a um “eu” espectador. “Acreditar em realidades distintas das realidades percebidas é sobretudo reconhecer que a ordem de nossas percepções depende delas, não de nós” (BERGSON, 1999, p. 240) – é uma mensagem que verificamos facilmente quando, por exemplo, refletimos sobre as fotografias e a montagem do artigo que a *Life* dedicou a Mies. Estamos, portanto, envoltos por uma miríade de imagens reais, representações, fantasias que são parte da estrutura de nossa vivência.

Portanto, podemos dizer que mil imagens podem valer por uma palavra. Elas são as tonalidades que compõem o espectro visível, milhões delas. No recôndito de cada uma, estão nosso cotidiano (um velho fumando um cigarro), nosso entendimento do mundo (a leveza das nuvens e a grandeza da arquitetura), nosso corpo em movimento (que é capaz de atravessar o espaço construído de uma Chicago ou de uma Nova York enervada de arranha-céus). A percepção do homem é o próprio sujeito, intimamente ligado ao objeto que alcança (no nosso caso, alcança ver). Como átomo da massa, ele é invisível, “comparar imagens com sombras convinha perfeitamente à atitude depreciativa de Platão com respeito às imagens [...] copresenças impotentes das coisas reais que as projetam [...] [mas] elas são muito mais reais do que se poderia supor” (SONTAG, 1981, p. 172). São, definitivamente, os grãos de uma fotografia (ou os pixels de uma imagem digital), a pedra angular de nossa existência imaginada e imaginária, que sempre precisará atravessar as nuvens.

Art, editing and power in *Life* magazine

ABSTRACT:

Based on Susan Sontag’s ideas, and on Merleau-Ponty and Henri Bergson’s phenomenology, this article focuses on part of *Life* magazine’s photojournalistic production, notably, an article about architect Mies van der Rohe. Photography, in magazines, was used as an ideal vector in terms of mass communication, a mechanism that made possible the existence and the sense of belonging to a world that, although fragmented and changing, intended to establish itself as dominant.

Keywords: Photography. Mies van der Rohe. Perception.

Notas Explicativas

*Professor Auxiliar da Universidade São Judas Tadeu na área de Comunicação Social, nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Trabalhando nas áreas fotográfica e jornalística desde a década de 1980, foi repórter fotográfico, editor de fotografia e de texto de vários jornais e revistas de circulação nacional, como a ISTOÉ, ISTOÉ Dinheiro e ISTOÉ Gente. Sua experiência em fotografia e comunicação visual abrange principalmente fotojornalismo, retratos, ensaios fotográficos e gerenciamento de banco imagens e de agências de fotos.

*Professor associado no Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade São Judas Tadeu desde 2010. Doutor (Univ. Politécnica de Madrid, 1992); Master em Estética y Teoría de las Artes (Univ. Autónoma de Madrid, 1990); arquiteto (Univ. Nacional de Buenos Aires, 1979). É co-editor da revista eletrônica *arq.urb.*, onde publica traduções comentadas de textos de arquitetura e outros ensaios. Publicou recentemente artigos sobre Vilanova Artigas no México e na Espanha.

¹ABBOTT, B. Photography at the Crossroads. In: *Universal Photo Almanac*, Nova York, 1951, p. 42-47.

²A produção completa da revista *Life* está no arquivo que o Google Books mantém *on-line* no endereço: <http://books.google.com.br/books?id=N0EEAAAAMBAJ&redir_esc=y#all_issues_anchor>. Acesso em: 7 abr. 2015.

³No último quarto do século XVIII, as colônias inglesas na América editavam 37 periódicos, e já no início do século XIX, por volta de 1820, com as colônias livres formando os EUA, 361 jornais circulavam no país (VÁZQUEZ FRANCO, 2014, p. 92).

⁴KRAUSS, R. Duchamp ou le champ imaginaire. *Degrés*, n. 26-27, 1981.

⁵KRAUSS, R. Notes on the index. *October*, n. 3-4, 1977.

⁶ALINOVI, F.; MARRA, C. *La fotografia: illusione o rivelazione?* Bologna: Il Mulino, 1981, p. 191/165.

⁷KRAUSS, R. Duchamp ou le champ imaginaire. *Degrés*, n. 26-27, 1981.

Referências

ABBOTT, B. Photography at the crossroad. In: TRACHTENBERG, A. (Ed.). *Classic Essays on Photography*. New Haven: Leete's Island Books, 1980. p. 179-184.

ART OF PHOTOGRAVURE. A Comprehensive Resource Dedicated to the

Photogravure. *Alfred Stieglitz*, [s.d.]a. Disponível em:

<<http://www.photogravure.com/collection/searchResults.php?page=1&artist=Stieglitz%2C+Alfred&portfolio=0&period=0&atelier=0&cameraWork=0&medium=0&keyword=ambition>>. Acesso em: 8 abr. 2015.

_____. *Edward Steichen*, [s.d.]b. Disponível em:

<<http://www.photogravure.com/collection/searchResults.php?page=1&artist=Steichen,Edward&keyword=flatiron&view=medium>>. Acesso em: 8 abr. 2015.

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

BERGSON, H. *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

COSGROVE, B. The best of Life: 37 years in pictures. A selection of photos from LIFE magazine's storied archives: a photo a year from four decades of unparalleled excellence. *Life*, Nov. 20, 2014. Life Photography. Disponível em: <<http://time.com/3503080/the-best-of-life-37-years-in-pictures/?xid=newsletter-life-weekly>>. Acesso em: 25 out. 2014.

_____. Love letter to New York: classic Life photos of the Big Apple. *Life*, Jan. 22, 2013.

Life Culture. Disponível em: <<http://life.time.com/history/life-magazine-first-ever-cover-story-building-the-fort-peck-dam-1936/#1>>. Acesso em: 25 out. 2014.

_____. LIFE's First-Ever Cover Story: Building the Fort Peck Dam, 1936. *Life*, Nov. 16, 2012. Life Photo Essay. Disponível em: <<http://life.time.com/history/life-magazine-first-ever-cover-story-building-the-fort-peck-dam-1936/#1>>. Acesso em: 25 out. 2014.

CRACKNELL, A. *The real mad men: the renegades of Madison Avenue and the Golden Age of advertising*. Filadélfia: Running Press, 2011. Kindle Digital Edition.

EMERGENCE OF A MASTER ARCHITECT. Fotografias de Frank Shcherschel, especialmente para a publicação. *Life Magazine* (MvdR), v. 42, n. 11, p. 60-68, Mar. 18, 1957. Disponível em:

<http://books.google.com.br/books?id=rkEEAAAAMBAJ&pg=PA60&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 25 out. 2014.

HOBBSBAWN, E. *A era dos extremos: o breve século XX, 1914-1991*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

- INDEX OF MODERNIST MAGAZINES. *Camera Work Gallery*. Disponível em: <<http://sites.davidson.edu/littlemagazines/camera-work-gallery/>>. Acesso em: 9 abr. 2015.
- KENNEDY, P. *Ascensão e queda das grandes potências: transformação econômica e conflito militar de 1500 a 2000*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- KOOLHAAS, R. *Delirious New York: a retroactive manifesto for Manhattan*. Nova York: Monacelli, 2014. Kindle Digital Edition.
- KOSSOY, B. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 2. ed. Cotia: Ateliê, 2000.
- KRAUSS, R. *O fotográfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.
- LUCE, H. R. The American Century. *Life Magazine*, v. 10, n. 7, p. 61-65, Feb. 17, 1941. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=I0kEAAAAMBAJ&pg=PA61&chl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 1 nov. 2014.
- MERLEAU-PONTY, M. *O olho e o espírito*. São Paulo: Cosac Naif, 2013. 192 p.
- _____. *O visível e o invisível*. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- SIGNORINI, R. *A arte do fotográfico: os limites da fotografia e a reflexão teórica nas décadas de 1980 e 1990*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- SIMMEL, G. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). *Mana – Estudos de Antropologia Social*, v. 11, n. 2, p. 577-591, 2005.
- SONTAG, S. *Ensaio sobre a fotografia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.
- SOUSA, J. P. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Chapecó/Florianópolis: Argos/Letras Contemporâneas, 2004.
- US. DEPARTMENT OF STATE. Office of the Historian. *Milestones 1937-1945: Henry Luce and 20th Century U.S. Internationalism*. Disponível em: <<https://history.state.gov/milestones/1937-1945/internationalism>>. Acesso em: 25 out. 2014.
- VÁZQUEZ FRANCO, G. *Traición a la patria*. Montevideu: Mendrugo, 2014.

Recebido em: 13 de abril de 2015.
Aprovado em: 20 de julho de 2015.