

Oitocentos

Arte Brasileira do Império à República

Tomo 2

ARTHUR VALLE

CAMILA FAZZI

(ORG.)



2010

Realização da Publicação

UFRRJ
CEFET-Nova Friburgo

Organização

Arthur Valle
Camila Dazzi

Projeto Gráfico

Camila Dazzi
dzaine.net

Editoração

dzaine.net

Editoras

EDUR-UFRRJ
DezenoveVinte

Correio eletrônico

dezenovevinte@yahoo.com.br

Meio eletrônico

A presente publicação reúne os textos de comunicações apresentadas de forma mais sucinta no *II Colóquio Nacional de Estudos sobre Arte Brasileira do Século XIX*. Os textos aqui contidos não refletem necessariamente a opinião ou a concordância dos organizadores, sendo o conteúdo e a veracidade dos mesmos de inteira e exclusiva responsabilidade de seus autores, inclusive quanto aos direitos autorais de terceiros.

Oitocentos - Arte Brasileira do Império à República - Tomo 2. / Organização Arthur Valle, Camila Dazzi. - Rio de Janeiro: EDUR-UFRRJ/DezenoveVinte, 2010.

1 v.

ISBN 978-85-85720-95-7

1. Artes Visuais no Brasil. 2. Século XIX. 3. História da Arte. I. Valle, Arthur. II. Dazzi, Camila. III. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. IV. Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca. Unidade Descentralizada de Nova Friburgo. V. Colóquio Nacional de Estudos sobre Arte Brasileira do Século XIX.

CDD 709

ISBN 978-85-85720-95-7



9 788585 720957



O Panorama do Rio de Janeiro e a Publicidade

Cristina Pierre de França



Este texto trata e analisa a relação entre as Artes Plásticas e a imprensa do Rio de Janeiro no século XIX, tomando, como ponto de partida, a Exposição do Panorama da Cidade do Rio de Janeiro, realizada, nesta cidade, por Victor Meirelles, no ano de 1891.

Como grande parte das transformações ocorridas no país durante o século XIX, a legalização e implantação de um serviço de imprensa na cidade começa com a vinda da família real portuguesa para o Rio de Janeiro na primeira década do Oitocentos. Esse acontecimento trouxe profundas modificações na vida intelectual da antiga colônia; entre as quais, identificamos o aparecimento de uma imprensa autóctone, antes alijada da vida intelectual do país.

A implantação da imprensa logo após a chegada da Corte Portuguesa em 1808, juntamente com uma série de outras medidas, teve a finalidade de suprir as necessidades estruturais do séquito que acompanhava D. João VI em sua vinda para o Brasil.¹ Inicialmente, as impressões estariam relacionadas apenas à Imprensa Régia na execução de papéis e documentos necessários à governança. Entretanto, a inexistência de um serviço legal na colônia brasileira que pudesse atender as demandas mais simples, como a impressão de papéis comerciais e afins, definiu uma atividade para além daquela para qual foi originariamente constituída. Entre essas atividades, podemos incluir a impressão do diário *Gazeta do Rio de Janeiro*, que apresenta seu primeiro número no dia 10 de setembro de 1808,² além de livros e outros documentos para atender a fins diversos. Simultaneamente à circulação do semanário assinalado, circulava o jornal mensal *Correio Braziliense*, editado e impresso por Hipólito da Costa na cidade de Londres, com circulação a partir do mês de junho de 1808. Esses dois periódicos representavam, nesse momento, uma segmentação na política nacional entre a mentalidade nativa assinalada no jornal editado na capital inglesa e a reinol editada na cidade do Rio de Janeiro.

Apesar desses obstáculos iniciais, o Oitocentos apresentou um avanço da imprensa nacional estabelecido pela diversidade de seus veículos que abarcavam não só os jornais diários, mas as

¹ MELO, José. **História Social da Imprensa**: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. p. 88.

² Idem, *ibidem*, p. 90.

revistas e magazines de periodicidade variada, dirigidos a um público segmentado em assuntos de natureza social, política, religiosa, cultural e artística.

Entre as publicações da imprensa, destacam-se jornais como: *O Paiz*, *Diário Ilustrado*, *Jornal do Comércio*, *O Mequetrefe*, *A Semana*, *O Diário de Notícias*, *A Gazeta de Notícias*; além de revistas como a *Revista Brasileira* e a *Revista Ilustrada*, entre outras. Em todos os periódicos assinalados, eram encontradas notícias sobre o mundo da arte, cujo teor variava do meramente informativo aos textos críticos acerca das exposições e dos espetáculos que aconteciam na cidade do Rio de Janeiro.

Entre os comentaristas, encontramos escritores e teatrólogos que exercitavam, nesse ofício, o dom da palavra num esforço para aproximar o público leitor das obras comentadas, além de desenvolver um ambiente cultural auspicioso e, sobretudo, auxiliar na criação de uma cultura nacional no tocante à apreciação e ao conhecimento das obras de arte. Gonzaga-Duque, Arthur Azevedo, Manoel Carneiro, João Ribeiro são alguns dos articulistas que apresentam seus comentários na imprensa daquele período. Em sua maioria, esses artigos eram assinados por pseudônimos, uma prática comum na época. Muitas vezes, os criptônimos oferecem um caráter de mistério como X. (João Ribeiro) ou ironia Eloy-o-heróe (sic) (Arthur Azevedo) ou, ainda, apresentam-se sob nomes comuns como Alfredo Palheta (Gonzaga-Duque).

Essas críticas encontravam destaque em colunas específicas para o tema, como: Bellas-Artes - no *Diário Ilustrado* e *Revista Ilustrada*, De Palanque - na *Folha da Tarde* ou, ainda, Sete Dias - no *Paiz*, que as apresentavam num lugar de destaque na página impressa. Muitas vezes, a temática artística recebia um tratamento diferenciado em relação aos demais blocos de texto, com fios e faixas que a separavam dos demais assuntos. Esse procedimento atesta o lugar de especificidade das manifestações artísticas nesses periódicos. As colunas assinadas e destacadas assinalavam que a imprensa do período compreendia a Arte como uma atividade necessária para o refinamento e educação cultural.

Assim, os jornais publicavam notícias sobre abertura e fechamento de exposições, estreias e encerramentos de espetáculos musicais e teatrais, saraus de poesia, comentando acerca de sua qualidade.

Com relação às Artes Plásticas, pode-se destacar o Salão da Academia realizado em 1879. Essa exposição foi palco de uma disputa acirrada de opiniões sobre duas telas de pintura histórica ali expostas, uma querela que se estendeu às ruas da cidade do Rio de Janeiro. O debate aconteceu entre os partidários da tela *Batalha do Avaí*, pintada por Pedro Américo, e do quadro *Batalha dos Guararapes*, pintado por Victor Meirelles. Segundo uma crítica da época, o embate, longe de

estabelecer uma relação de qualidade entre as duas obras acirrava, cada vez mais, os ânimos. Em artigo publicado na *Revista Ilustrada*, assinala-se que “No confronto inevitável das duas grandes telas, já não se procura saber qual das duas é a melhor, mas qual é a pior das duas, a mais cheia de defeitos, a menos original, a mais plagiada [...]”³; o autor do artigo continua afirmando que essa disputa apaixonada eclipsou o Salão onde as telas eram apresentadas registrando que “[...] preocupada na discussão das duas batalhas, a crítica tem esquecido os artistas que concorrem à exposição de belas-artes. Dão as queixas. - Estamos fazendo uma triste figura porque cumpre reconhecer que a escola brasileira tem bom número de alunos que são dignos do seu chefe [...]”⁴; o chefe em questão nesse evento era Maximiano Mafra, secretário da Academia, que apresentou os expositores nativos como representantes da escola brasileira de pintura.

No caso do *Panorama do Rio de Janeiro*, as notícias foram veiculadas sobre o meio bem antes de sua efetiva execução. Em 1885, Arthur Azevedo introduz assim o assunto:

Há pouco mais de dois anos, achando-se o autor destas linhas em Paris, teve ocasião de maravilhar-se diante do panorama da batalha de Chantilly, primorosamente executado por dois eminentes pintores militares: Detaille e o malogrado Neuville.

Quem nunca viu um panorama, não pode fazer a menor idéia do que aquilo é. [...]

Victor Meirelles e Langerock, dois artistas de raça, que dispensam os meus elogios, resolveram pintar um panorama desse gênero, representando a cidade do Rio de Janeiro, vista do morro de Santo Antonio.

O panorama será pintado em Paris e ali exposto e, depois viajará pelas principais cidades européias e americanas, terminando n’esta Corte, onde ficará definitivamente estabelecido.

Para isto, os dois distintos artistas tratam neste momento de organizar uma companhia, e têm, felizmente, encontrado muita adesão e simpatia.

Se eu tivesse dinheiro, não se me deixava de embarcar algum nessa empresa que fatalmente dará bons frutos. [...]

O panorama do Rio de Janeiro, pintado por dois pincéis ilustres, trará ao nosso país, mais do que todas as legações imperiais havidas e por haver inestimável vantagem torná-lo conhecido em terras cujos habitantes supõe que o Brasil não é digno de figurar entre as nações civilizadas.

Acredito que o panorama do Rio de Janeiro será um agente eficaz de emigração espontânea.

*Puxem pelos cordéis à bolsa os meus leitores dinheirosos [sic], e metam três proveitos num saco: aumentar a sua fazenda, proteger a arte, e concorrer para o engrandecimento do país. [...]*⁵

Nesse fragmento da notícia, observamos alguns aspectos que constituem a natureza diferenciada do meio. O primeiro deles é o regime de coautoria adotado para o trabalho, o qual pressupõe a possibilidade de vários pintores trabalharem conjuntamente na mesma tela, num procedimento similar ao da linha de produção industrial. Outra característica inusitada, mas

³ A. Gil. *Revista Ilustrada*, Rio de Janeiro nº 159, 03/05/1879, p. 2.

⁴ Idem, ibidem.

⁵ AZEVEDO, Arthur. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 01/10/1885.

diretamente relacionada à anterior, é o fato de se fundar uma empresa para exploração do meio, afirmando, mais uma vez, seu caráter capitalista.

A campanha para subscrições de acionistas para a Cia. Grande Panorama Nacional teve início em 2 de outubro de 1884, pode-se encontrar um artigo assinado pelo próprio Meirelles no jornal *O Paiz*, no qual descreve o panorama como “a reprodução de uma vastíssima tela, de um fato grandioso da história da pátria”.⁶ Nesse texto, o artista nos apresenta não só a descrição do meio, mas também apresenta o caráter patriótico e pedagógico que vislumbra nessa forma artística.

Obras da maturidade, os panoramas entraram na vida de Victor Meirelles bem antes de sua efetiva execução. Entendemos que essa vontade de realizá-los, provavelmente, foi fruto da intensa impressão que esses lhe causaram em suas viagens à Europa. No livro com a biografia do pintor escrito por Carlos Rubens, cita-se Max Fleiuss para assinalar que, entre a ideia inicial e a efetiva execução do *Panorama do Rio de Janeiro*, decorreram “mais de 17 anos”.⁷

Pintado na Europa, juntamente com o pintor belga Henri de Langerock, o *Panorama da Cidade do Rio de Janeiro* foi finalmente exposto naquele continente em duas cidades: Bruxelas, em 1888, e Paris em 1889, durante a Exposição Universal.

No início de 1891, o panorama é exposto no Brasil, instalado numa rotunda junto à Praça XV de Novembro, importante local de passagem da população.

O jornal *Gazeta de Notícias* publica, com frequência, o número de visitantes ao local, que varia entre 777 a 66 visitantes diariamente [**Quadro 1**]⁸. Nesse periódico, são encontrados inúmeros procedimentos no sentido de expandir o número de visitantes à exposição dos panoramas.

Além dessa informação de caráter estatístico, existem outras que apresentam o trabalho do artista sob outro prisma, que tangencia a concepção de publicidade e de propaganda, subvertendo a lógica de escrituração do jornal, pois o meio é utilizado como forma de ampliar o número de visitantes à sua obra.

O termo propaganda tem sua origem na palavra latina *propagare*⁹ e significa reproduzir, por meio de mergulhia, que por sua vez é uma derivação da palavra *pangere* - mergulhar, plantar, multiplicar, reproduzir. Já a publicidade corresponde ao termo latino *publicus* “que designa a qualidade do que é público [...] ato de vulgarizar, de tornar público uma idéia, um fato”.¹⁰

⁶ MEIRELLES, Victor. *O Paiz*, Rio de Janeiro, 2/10/1884. p. 2.

⁷ RUBENS, Carlos. *Victor Meirelles sua vida e sua obra*. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1945. p. 133.

⁸ *Gazeta de Notícias*, Rio de Janeiro (datas expostas acima).

⁹ SILVA, Zander C. da. *Dicionário de Marketing e de Propaganda*. Rio de Janeiro, Pallas, 1976.

¹⁰ Idem, *ibidem*.

Assim, seus objetivos apresentam uma imensa correspondência. Ambos pretendem influenciar ou divulgar algumas ideias para além de um número limitado de pessoas. Sob essa perspectiva, a intenção do texto apresentado no jornal ‘assinado’ por São Tomé é o de ampliar a visitação utilizando o artifício do recado no jornal. Neste lembrete, geralmente localizado junto a outros tipos de ‘anúncios’, encontra-se o seguinte texto:

- Já foram ver o panorama da cidade do Rio de Janeiro, na rotunda do Largo do Paço!
- Não
- Oh!!! Não deixem de lá ir, todos dizem que é uma verdadeira maravilha.
S. Thomé¹¹

A recorrência desse texto cria um sistema publicitário subliminar, pois, ao passar os olhos no jornal, fatalmente lembra-se da exposição em cartaz. Podemos ver, no **Quadro 2**, a periodicidade do anúncio, bem como as páginas em que estão localizados.

Não obstante a apresentação desse elemento publicitário, Meirelles usa um segundo estratégia para ampliar os seguidores do panorama. Ele o faz a partir da transcrição do livro de assinaturas da exposição, numa seção denominada Impressões do Panorama do Rio de Janeiro, localizada entre as páginas 2 e 4 do jornal *Gazetas de Notícias*, na qual são publicadas amiúde. Transcrevemos, abaixo, algumas das impressões, escritas por visitantes anônimos, que enfatizam o impacto perceptivo que o *Panorama do Rio de Janeiro* exerceu sobre eles.

A primeira impressão, datada de 21 de maio de 1891, destaca os arroubos de admiração provocados pela obra:

*A tout seigneur toute honneur. Começamos pelo Sr. Rezendo
Muniz, o poeta das ‘Crenças e Tributos’*

*Que feiticeiro és tu, Victor Meirelles!
Teu panorama excede a expectativa
Dir-se-ia em ti reencarnado Apeles
Para esta inestimável reprodução.*

*Éter, mar, nuvens, morros, casaria
Tudo aqui reproduz-se exatamente,
Sem recorrer à arma, à fantasia
Os sentidos ilude o artista ingente.*

*Que sublime conjunto aqui se encerra
Que portentoso espelho este painel!
Despertam primazia o céu e a terra*

¹¹ **Gazeta de Notícias**. Rio de Janeiro, 03/06/1891, p. 3.

Na emulação da luz e do pincel.

*Os dons da criação na criatura
Tal cunho imprimem da exemplar beleza
Que por mágico efeito da pintura.
Te equiparas. Ó arte, à natureza.*

*Rezende Muniz*¹²

Outro comentário com a assinatura de ZV está impregnado da dimensão poética, escreve seu autor “Custei a perceber onde acabaria a realidade e começava a ilusão. Nunca diante de quadro algum recebi impressão artística mais surpreendente. Benjamin Franklin – engenheiro.”¹³

É interessante pensar que, apesar de todos os esforços para apagar essa obra específica, ela permanece viva a partir desses relatos, que, não obstante as críticas que insistiam em atribuir a seu trabalho um papel secundário e estagnado, o artista mostrou uma intensa vitalidade ao usar recursos artísticos e inartísticos na construção de sua obra.

¹² **Gazeta de Notícias**. Rio de Janeiro, 24/05/1891, p. 3.

¹³ *Idem*, *ibidem*.

Quadro 1 - Número de visitantes diários

Março	Abril	Julho	Agosto	Setembro
01/03/1891 = 160	03/04/1891 = 175	14/07/1891 = 303	01/08/1891 = 270	01/09/1891 = 206
04/03/1891 = 303	06/04/1891 = 453	15/07/1891 = 576	02/08/1891 = 202	02/09/1891 = 177
07/03/1891 = 216	08/04/1891 = 146	16/07/1891 = 066	03/08/1891 = 487	04/09/1891 = 112
10/03/1891 = 299	09/04/1891 = 074	17/07/1891 = 97	05/08/1891 = 423	06/09/1891 = 197
19/03/1891 = 142	12/04/1891 = 102	18/07/1891 = 298	06/08/1891 = 125	08/09/1891 = 398
20/03/1891 = 189		19/07/1891 = 254	07/08/1891 = 131	11/08/1891 = n° de visitantes apagado
22/03/1891 = 137		20/07/1891 = 777	08/08/1891 = 309	
25/03/1891 = 181		25/07/1891 = 099	10/08/1891 = 787	
27/03/1891 = 175		26/07/1891 = 150	12/08/1891 = 354	
30/03/1891 = 463		27/07/1891 = 608	15/08/1891 = 266	
31/03/1891 = 142		28/07/1891 = 182	17/08/1891 = 781	
			18/08/1891 = 107	
			19/08/1891 = 227	
			22/08/1891 = 910	
			23/08/1891 = 254	
			25/08/1891 = 206	
			26/08/1891 = 264	
			29/08/1891 = 193	
			30/08/1891 = 201	

Quadro 2 - Anúncio S. Tomé

08/06/1891 p. 02

11/06/1891 p. 03

13/06/1891 p. 03

14/06/1891 p. 04

18/06/1891 p. 03

13/07/1891 p. 03

14/07/1891 p. 03

16/07/1891 p. 03

18/07/1891 p. 03

19/07/1891 p. 03

21/07/1891 p. 02

26/07/1891 p. 03

28/07/1891 p. 03

31/07/1891 p.03

02/08/1891 p. 04

03/08/1891 p. 03

08/08/1891 p. 03*

10/08/1891 p. 03*

19/08/1891 p. 03

01/09/1891 p. 03

02/09/1891 p. 03

04/09/1891 p. 03

10/09/1891 p. 03

* Colocação dos anúncios para
escolares