

A cultura fotográfica e os circuitos sociais da fotografia na capital de Minas Gerais (1893-1939): Para uma cartografia da cidade moderna¹

Luana Carla Martins Campos Akinruli

Dentre as várias questões suscitadas, além de expostos os nomes de fotógrafos, estúdios e empresas que foram pioneiros no comércio de serviços e suprimentos para a fotografia na moderna capital de Minas Gerais, este artigo investiga as demandas de profissionais e amadores que promoveram uma determinada difusão da imagem e da prática fotográfica na sociedade. Por fim, serão tratadas questões relativas à localização espacial do circuito social da fotografia na cidade, expondo o processo de estruturação e organização da *cultura fotográfica* na cidade e em Minas Gerais.

Palavras-chave: fotografia, cultura, modernidade, cartografia, cidade

Amongst several raised issues, in addition to exposing the names of photographers, studios and companies that were pioneers in the trade of services and supplies for photography in the modern capital of Minas Gerais, **The Photographic Culture and the Social Circuits of Photography in the Capital of Minas Gerais (1893-1939): Towards a Cartography of the Modern City** investigates the demands of professionals and amateurs who promoted a certain diffusion of the image and photographic practice in this society. Finally, related questions to the city's photography social circuit and spatial location will be addressed, exposing the process of structuring and organizing the *photography culture* in this city as well in Minas Gerais, one of the most influential states in Brazil.

Keywords: photography, culture, modernity, cartography, city

Pesquisadora de pós-doutorado em história na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG, Brasil). Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGAn) da UFMG, mestra pelo Programa de Pós-Graduação em História Social da Cultura (HSC) da UFMG e licenciada em história pela mesma universidade. Cofundadora e coordenadora de projetos do Instituto de Inovação Social e Diversidade Cultural (Insod).

E-mail: luanacampos@insod.org

Introdução

Muitos foram os fotógrafos que foram exercer seu ofício na nova capital de Minas Gerais. A cidade de Belo Horizonte, planejada e implementada entre 1894 e 1897 pela Comissão Construtora da Nova Capital (CCNC), seguiu um traçado moderno para seu padrão urbano.

1. Este artigo apresenta as principais discussões constantes na dissertação de mestrado denominada "*Instantes como esse serão seus para sempre*": *Práticas e representações fotográficas em Belo Horizonte (1894-1939)*, defendida em 2008 no âmbito do Programa de Pós-Graduação em História (PPGHIS) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Atraídos pelas oportunidades de abertura e ampliação do mercado fotográfico, os profissionais dedicados à prática fotográfica ali se estabeleceram com estratégias para se diferenciarem em relação a seus concorrentes, construindo um espaço de embates e conflitos em um contexto de expansão do capitalismo moderno.

A dinâmica que envolveu a atividade fotográfica em Belo Horizonte não se estabeleceu somente no trabalho do fotógrafo em seu ateliê, mas também na relação comercial dos produtos voltados para a fotografia. Em princípios do século XX, máquinas portáteis como a Kodak já possibilitavam um rápido enquadramento e fácil portabilidade, não dificultando o deslocamento de profissionais ou de amadores com o seu equipamento. O emprego de filmes em rolo, em vez de chapas de vidro, facilitou sobremaneira a captura de imagens em ambientes externos. A novidade, portanto, instalou-se no panorama das práticas fotográficas sob a condição de novo comércio, público consumidor e temas e ângulos de visão, conformando assim um novo mercado em uma cidade moderna.

Inicialmente, poucos foram os profissionais da fotografia em Belo Horizonte que se arriscaram na venda de seus suprimentos, fundamentalmente devido às dificuldades relativas aos transportes e à comunicação, mas também pelo fato de o comércio local ainda se encontrar em estágio embrionário e, conseqüentemente, instável, o que era de certa forma contraditório ao ambiente especulativo promovido pela modernidade e pela construção da nova capital de Minas. Também para atender à variedade de produtos ligados à fotografia, possivelmente os fotógrafos não dispunham de capital para criar um depósito que oferecesse grande diversidade aos seus fregueses. Apesar disso, havia uma crescente demanda social pela imagem e, por conseguinte, pelos produtos fotográficos ao longo de todo o século XX.

Poucos fotógrafos se aventuraram na venda de suprimentos para a fotografia, caracterizando um comércio polivalente, diversificado e, portanto, pouco especializado que se fundava na capital mineira. Nessa perspectiva, cartões-postais e álbuns para fotografia — utilizados para acondicionar os retratos de família ou as vistas urbanas — foram largamente vendidos em papelarias, armarinhos e tipografias da cidade no início do novecentos. Amantes ou profissionais daquela arte que estivessem à procura de equipamentos e suprimentos mais especializados deveriam se encaminhar às casas de artigos de variedades — como as lojas de materiais de construção — ou às óticas e casas dedicadas aos artigos de precisão para que pudessem encontrá-los ou, ao menos, encomendá-los.

Os novos usos e funções sociais da fotografia, como a prática amadora e a imprensa ilustrada, por exemplo, estimularam de maneira geral o comércio de produtos fotográficos. Segundo Maria Inez Turazzi (2002, p. 43), com “o crescimento do fotoamadorismo

no país”, “a comercialização de material fotográfico prometia ser um negócio tão promissor quanto a venda de álbuns, fotografias e postais”. Essa tendência pode ser verificada no caso da editora Garnier, que editou o primeiro tratado de fotografia para amadores em português em 1907 (*Idem*).

Se inicialmente a negociação de suprimentos para a fotografia em Belo Horizonte se deu em casas de variedades, a partir da década de 1920 e fundamentalmente nos anos 1930 verifica-se a diferenciação e especialização desse comércio em três principais seguimentos: os *estúdios/ateliês*, locais onde os profissionais cuidavam de todas as etapas de produção da fotografia de forma a entregar o produto finalizado para seus clientes; os *laboratórios* que eram voltados principalmente para amadores, locais onde os praticantes da fotografia poderiam deixar que técnicos revelassem seus filmes e ampliassem suas fotos; e, por fim, as *lojas de suprimentos fotográficos*, que se encarregavam de ofertar toda a variedade de equipamentos para profissionais e amadores. Havia também a possibilidade de que em um só estabelecimento fossem reunidos todos esses seguimentos. Todavia, essa dinâmica esteve presente com maior vigor em um momento posterior ao de abrangência deste estudo (1893-1939) devido à presença de um mercado fotográfico mais estável e especializado.

A mesma tendência se deu no que diz respeito ao comportamento daqueles que exerciam o ofício da fotografia: a princípio, os fotógrafos eram profissionais híbridos, exercendo uma atividade que necessitava de noções em diversas áreas. Porém, com o passar dos anos, tenderam a se dedicar exclusivamente ao universo da fotografia. A exigência de um conhecimento amplo para o exercício da atividade fotográfica se tornou menor para os fotógrafos na medida em que a automatização do processo produtivo cresceu com a ampliação da oferta de máquinas mais modernas, chapas que deram lugar aos filmes e processos de revelação que passaram a ser realizados por terceiros em laboratórios especializados.

Paralelo ao alargamento das possibilidades dos usos sociais da fotografia no interior dessa *cultura fotográfica* (TURAZZI, 1998) que se estruturava e organizava-se em Belo Horizonte entre fins do século XIX e a primeira metade do XX, configurou-se uma disputa entre os fotógrafos que tendiam a se destacar buscando delimitar seu espaço no mercado e conquistar a clientela. Seus anúncios na imprensa evidenciam as diversas estratégias comerciais empregadas por eles, como a preocupação em noticiar a atualização técnica, as premiações recebidas em exposições, o aprendizado no exterior e a adoção de mecanismos modernos e importados, elementos que também demonstram a dependência entre a qualidade do profissional e os aparelhos e materiais utilizados. A presença do discurso da

objetividade e da cientificidade por meio da utilização extensiva de adjetivos como rapidez, perfeição e nitidez, além de um forte indício da assimilação e sintonia com a dimensão moderna da cidade, foi um recurso de identificação das práticas fotográficas estabelecidas na capital mineira e em outros centros comerciais.

O mercado de produtos e serviços fotográficos também seguiu essa tendência de ampliação e mesmo de especialização, operando transformações no perfil técnico e estético da fotografia. As vendas de equipamentos deixaram de ser destinadas apenas aos profissionais, estendendo-se aos amadores que exercitavam a fotografia por diletantismo e como forma de se ajustarem às modernas práticas culturais. A transitoriedade territorial dos fotógrafos e mesmo a sua atuação concomitante a de outros ofícios decresceram e tenderam a se estabilizar na medida em que o comércio de serviços e produtos fotógrafos se ampliou.

Dentre as várias questões suscitadas pela pesquisa aqui apresentada, além de expostos os nomes de fotógrafos, estúdios e empresas que foram pioneiros no comércio de serviços e suprimentos para a fotografia em Belo Horizonte, investigam-se as demandas de profissionais e amadores que promovem determinada difusão da imagem e da prática fotográfica na sociedade. Ainda, são ventiladas questões relativas à localização espacial do circuito social da fotografia na cidade. Por meio de vasta pesquisa documental, que inclui mais de 1550 exemplares de periódicos publicados entre a última década do século XIX e a primeira metade do século XX, foi identificado que a totalidade dos estabelecimentos comerciais que se envolveram com a negociação de produtos e serviços fotográficos estava localizada exclusivamente na área central da cidade, em uma circunscrição urbana e moderna. Investiga-se aqui, portanto, de que forma se estabeleceu uma cartografia estratégica da prática e do mercado da fotografia na capital mineira. Tal questão se mostrou pertinente ao processo de estruturação e organização da *cultura fotográfica* na cidade e em Minas Gerais, um dos estados mais influentes do Brasil.

Práticas híbridas, competências múltiplas: os fotógrafos e ateliês na capital moderna de Minas Gerais

Foi especialmente a partir do desenvolvimento do capitalismo e da sociedade de consumo em fins do oitocentos e nas primeiras décadas do século XX que se propiciou uma extraordinária ampliação pela demanda e utilização social da fotografia. Novos padrões de visualidade foram estabelecidos por meio de temas inovadores também possibilitados, em grande medida, pela

tecnologia que a cada dia conhecia novos recursos, praticidade e facilidade no manuseio dos equipamentos. A fotografia passou a ser maciçamente utilizada em anúncios comerciais, em documentos de identidade — especialmente a partir da legislação trabalhista da década de 1930, que exigiu o emprego das fotos 3x4 —, além da imprensa, que tinha a fotografia como parte fundamental da notícia e divulgadora dos avanços da ciência (FREUD, 1989, p. 136).

A partir das iniciais práticas fotográficas estabelecidas em Belo Horizonte, instauradas pela CCNC, fomentou-se um comércio de produtos e serviços fotográficos voltados para a produção de álbuns, cartões-postais, retratos e vistas urbanas. A viabilização desse mercado, no entanto, teve trajetória similar a de outras áreas de negócios estabelecidos em Belo Horizonte, uma vez que inicialmente se mostrou pouco especializado. Porém, na medida em que a cidade cresceu e a fotografia se transformou em mercadoria de largo consumo, seu comércio tendeu a se autonomizar e a fundar áreas especificamente dedicadas à produção das imagens fotográficas. Assim se deu, por exemplo, com a venda de suprimentos fotográficos que, inicialmente, era realizada em casas de artigos de variedades. Com o tempo e pela demanda por produtos, serviços e espaços especializados por parte de profissionais e amadores, o comércio fotográfico pôde se estabelecer de forma mais sólida e vigorosa na capital mineira². A prática de muitos profissionais também se alargou e se especializou na medida em que surgiram novos usos sociais para a imagem fotográfica a exemplo da imprensa ilustrada.

Alguns fotógrafos da cidade estiveram ligados à promoção de variadas atividades culturais na capital mineira. Têm-se os casos de Adolpho Radice, diretor, em 1895, da Sociedade Literária de Belo Horizonte, que posteriormente deu origem à primeira biblioteca da cidade; Alfredo Camarate, responsável pela Sociedade Musical Carlos Gomes, a primeira banda de música formada na capital; e Francisco Soucasaux, proprietário do primeiro teatro de Belo Horizonte, onde se realizavam apresentações de diversas naturezas, inclusive cinematográficas. Esses homens foram importantes não somente para a produção fotográfica enquanto uma prática cultural, mas também para a fundação de atividades culturais de outras naturezas com vistas a imprimir, na cidade, uma dinâmica moderna³.

Contudo, grande parte dos primeiros fotógrafos estabelecidos na capital mineira prestou especial serventia ao ideal de publicidade do desenvolvimento da capital e do estado de Minas, além de também se associar a uma necessidade de legitimação política do governo, de forma a conceder credibilidade para seus programas, suas propostas e reformas instaurados. Assim, a fotografia foi utilizada como um recurso técnico que atestava

2. Destaca-se que a maior oferta de produtos e serviços e a especialização de um determinado mercado acompanham, de forma geral, a relação entre consumidor e comerciante estabelecida pelo “ritmo e o adensamento da cidade” ou, em outras palavras, pelo “crescimento e diferenciação da população” (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1997c, p. 18).

3. Além desses, constam-se os nomes de Raymundo Alves Pinto, Aristides Junqueira e Igino Bonfioli entre os fotógrafos envolvidos com o cinema; Raymundo Alves Pinto, Ramos Arantes, Olindo Belém, Henrique den Dopfer, Gines Ginea Ribera e J. M. Retes associados à imprensa – sendo que Dopfer foi também jogador de futebol –, além de tantos outros profissionais que poderiam servir de exemplo.

fidedignidade às ações políticas, ao mesmo tempo em que a própria imagem fotográfica era disseminada.

A esfera pública que servia à *cultura fotográfica* na medida em que era formada pelos fotógrafos e por suas práticas, foi a financiadora das imagens e também a responsável pela produção de regimes e padrões de visualidade de Belo Horizonte e do estado de Minas Gerais. Também interferiu nos circuitos de produção, circulação e usos sociais das imagens, na medida em que estabeleceu representações da cidade e da sociedade a partir de álbuns e reportagens fotográficas que eram publicados em edições de luxo ou mesmo na imprensa ilustrada. Pode-se afirmar, nesse sentido, que a interferência estatal visou construir representações imaginárias que associavam determinado conteúdo à utilização dessas imagens na sociedade. E esse foi um fenômeno pertinente à cultura fotográfica em fins do oitocentos e meados do novecentos.

Constata-se, portanto, a existência de uma *cultura fotográfica* que, naquele momento, voltou-se, sobremaneira, para a representação do ideário urbano das cidades progressistas e civilizadas. A confecção de vários álbuns por todo o país sob a iniciativa pública ou privada com abordagens de temas específicos revelou a crença que seus idealizadores depositavam no poder das imagens para a formação de ideias e valores, valendo-se largamente desses recursos para a propagação de determinados imaginários sociais. De certa forma, pode-se dizer que na capital mineira Francisco Soucasaux e Raymundo Alves Pinto auxiliaram no processo de conformação de um olhar voltado para a superação do atraso e valorização da modernidade associada à ideia de civilização e progresso, ao mesmo tempo em que se mostraram atentos à questão da difusão da fotografia na sociedade.

Afirma-se, ainda, que a dinâmica que envolveu a atividade fotográfica em Belo Horizonte durante suas três primeiras décadas dialogou com a realidade dos melhoramentos urbanos sob o prisma da inicial experiência da foto-documentação instaurada pela CCNN de Minas e depois manifestada e perpetuada por meio dos trabalhos de Francisco Soucasaux e Raymundo Alves Pinto. Ao lado das transformações pelas quais Belo Horizonte passou, a fotografia foi parte integrante da dinâmica de estruturação da cidade moderna na qual a visualidade teve um papel fundamental.

Não menos importante é a constatação de terem sido Soucasaux e Alves Pinto homens que procuraram agir dentro do leque de possibilidades que lhes foram apresentados: foram profissionais de competências múltiplas que atuaram como professores, fotógrafos dedicados às demandas públicas e privadas, além de agenciadores de imagens de outros profissionais e/ou de suprimentos fotográficos consagrando-se, nesse ínterim, à difusão

social da fotografia por meio de álbuns, cartões-postais, exposições ou mesmo pela imprensa ilustrada que despontava naquele momento.

Uma característica predominante na dinâmica que envolveu a atividade fotográfica em Belo Horizonte diz respeito à experiência profissional diversificada de seus fotógrafos. A acumulação de ofícios de diferentes naturezas concomitante ao trabalho fotográfico que também era abrangente revela, em um primeiro momento, que o emprego da fotografia foi uma técnica auxiliar a outras atividades, e pode revelar também a dificuldade desses profissionais de viverem exclusivamente dos recursos advindos de sua arte em uma ocasião em que quaisquer atividades comerciais eram ainda embrionárias na capital mineira. Nessa perspectiva, têm-se os casos de Adolfo Radice (engenheiro e fotógrafo), Alfredo Camarate (músico, arquiteto, cronista e fotógrafo), Francisco Soucasaux (arquiteto, empresário e fotógrafo), Raimundo Alves Pinto (editor de periódicos, empresário e fotógrafo), entre outros.

Era comum que esses profissionais, que exerceram serviços no ramo da fotografia e também desempenharam outras atividades remuneradas, apresentassem-se tornando pública a conciliação de duas ou três atividades profissionais, a exemplo do dentista e ourives José Faustino de Magalhães Castro, do sapateiro e jornalista José Ramos Arantes, e de Aldo Borgatti que, além de fotógrafo, exercia também as ocupações de desenhista, decorador e restaurador de livros⁴.

Em um impresso oficial que reuniu toda a legislação de Belo Horizonte em vigor até 1935, o Imposto de Indústrias e Profissões foi listado como sendo o tributo municipal exigido desde 1898 para o livre direito de exercer um trabalho remunerado, a obra tachava “photographia, cosmorama, diorama e litographia” como ofícios pertencentes à oitava classe, estando muito próximos aos comerciantes ambulantes e bem distante dos pintores, escultores e demais artistas⁵. A documentação demonstra que o *status* dos fotógrafos nem sempre esteve associado ao domínio estético das Belas Artes, como acontecia com a pintura ou como ocorre com a fotografia contemporânea, uma vez que aquele trabalho era visto como uma prática essencialmente técnica e que não demandava uma formação mais ampla: bastava para tanto saber manipular os equipamentos.

Por outro lado, a imbricação entre profissionais fotógrafos com outras funções de qualidades diversas também expõe como eles tiveram o contato inicial com a fotografia. Na maioria dos casos, esses profissionais conheceram as técnicas fotográficas por meio de manuais que circularam por todo o mundo e que ensinavam desde como construir a câmera até quais os padrões de fotografias mais vendidos, ou mesmo pelas escolas de engenharia que possuíam disciplinas que ensinavam a arte de fotografar com vistas a auxiliar

4. De fato, a interseção dos fotógrafos com outras áreas profissionais é uma constante em Belo Horizonte. Dentre todos os nomes de fotógrafos levantados nesta pesquisa e que totalizam a quantia de 29 profissionais, 14 deles (48%) se dedicaram também a outras atividades remuneradas. Essa dinâmica, portanto, mostrou-se uma questão fundamental para a compreensão da *cultura fotográfica* na cidade.

5. Cf. Consolidação das Leis, Decretos e Portarias da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. Organizada por determinação dos exmos. Srs. Drs. Prefeitos Luiz Penna e Soares de Mattos, pelo bacharel José Affonso Mendonça Azevedo. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Geraes, 1935, verbete.

os trabalhos de campo. Por vezes, eles também aprenderam o manejo do material no próprio local de trabalho com os mestres-fotógrafos ou em viagens em que praticavam a fotografia amadora por puro diletantismo. A pintura serviu, em alguns exemplos, de impulso para a introdução de certos indivíduos na arte fotográfica, assim como a fotografia também prestou serviço ao conhecimento do cinema em outras circunstâncias.

Não menos importante é o fato de que sendo a fotografia um fruto da Revolução Industrial e símbolo da modernidade, foi capaz de reunir uma série de conhecimentos técnicos condizentes com o próprio ideário moderno, aquele em que o padrão era o de um homem racional que conhecia e dominava a natureza por meio de seu instrumental científico. Ela é um recurso técnico de alta fidelidade que mobiliza aspectos químicos, óticos e estéticos sendo, portanto, como descreveu Walter Benjamin (1986), o resultado da mistura entre magia e ciência, arte e técnica, natureza e cultura.

Assim, se a princípio os fotógrafos da capital de Minas Gerais eram profissionais híbridos exercendo uma atividade que necessitava de noções em diversas áreas, com o passar dos anos eles tenderam a se tornar exclusivamente dedicados ao universo da fotografia. A exigência de um conhecimento amplo para o exercício da atividade se tornou menor para os fotógrafos na medida em que a tendência à automatização do processo produtivo cresceu com a comercialização de máquinas mais modernas, chapas que deram lugar aos filmes e processos de revelação que passam a ser realizados por terceiros em laboratórios especializados.

Negócios entrecruzados: a versatilidade do comércio fotográfico

A polivalência do mercado fotográfico da capital de Minas em seus primeiros anos pode ser tomada como um indício de que a cidade ainda passaria por momentos de maior crescimento econômico e populacional, de especialização do trabalho, além de modificações no comportamento social e na distribuição espacial da cidade. Com a chegada de novos consumidores e comerciantes durante a construção da capital, mas especialmente após ela ter sido inaugurada, o comércio teve de se adaptar aos novos tempos, às novas possibilidades e às exigências da nova freguesia.

A relação estabelecida entre consumidor e comerciante nas primeiras décadas da cidade esteve envolta, de forma geral, no desejo de apropriação de práticas modernas que influenciaram nas formas de se viver no século XX. Os comerciantes se valeram predominantemente da venda de diversos produtos importados ou ligados ao discurso da novidade, qualidades sempre anunciadas nos

reclames. Na esteira desse processo, a venda de suprimentos fotográficos seguiu a associação com o moderno.

Em um comércio embrionário como o de Belo Horizonte e que era receptivo à influência estrangeira e, portanto, a todas as facilidades advindas da modernidade, as importadoras abriram o mercado da capital para uma enorme variedade de produtos vindos de distintas partes do mundo, mas fundamentalmente da França, Alemanha e dos EUA. Tais importadoras eram encabeçadas por lojas de artigos de variedades e de materiais de construção que fartavam o comércio da cidade com tintas, louças sanitárias, fogões, ferragens, etc., além de material fotográfico, majoritariamente representado por máquinas e demais equipamentos.

Salienta-se que a assimilação e sintonia da cidade com a dimensão da modernidade eram também expressas em seus estabelecimentos comerciais e nos produtos ali negociados, a exemplo da venda de materiais para a fotografia, das bonecas importadas, das louças sanitárias e dos fogões. Estes últimos, por exemplo, iam ao encontro das noções básicas de salubridade e comodidade pertinentes às cidades modernas. Todavia, o processo de generalização da eletricidade (ou do saneamento básico) em Belo Horizonte ocorreu de forma lenta e intermitente. Esse fenômeno que simboliza o progresso e a modernidade privilegiou inicialmente a região central da capital, apesar de nem todos os que ali possuíam residências e/ou lojas usufruísem de tal benefício. A prática da fotografia e a venda de seus suprimentos, portanto, filiavam seus comerciantes e consumidores ao mundo da modernidade.

Dedicados comercialmente em um primeiro à venda de cartões-postais e de álbuns para fotografias tinha-se, por exemplo, estabelecimentos como Livraria Joviano, Papelaria Minerva, Casa Beltrão & C., Typographia Bello Horizonte, Typographia Progresso, Papelaria e Typographia Brasil, Casa Matriz, Casa London, Casa Vita, A Oriente, Papelaria Oliveira & Costa e a Typographia, Papelaria e Livraria *Art Nouveau* do fotógrafo Iginio Bonfioli.

Pouco tempo depois, promoveu-se a venda de materiais fotográficos mais especializados como câmeras, lentes, papéis para impressão, etc. em casas importadoras e exportadoras, especialmente aquelas que negociavam artigos de variedade e materiais de construção como a Lunardi & Machado, a Casa Boldrin e Casa Luiz Haas. Por último, a tendência à especialização do mercado fotográfico foi promovida por negócios dedicados ao universo da ótica e da confecção de objetos de precisão na Casa Faria, na Casa Lutz Ferrando e na Casa da Lente. Tais estabelecimentos reuniram, em um só comércio, um ou mais seguimentos concernentes à prática fotográfica já em fins da década de 1930.

Observa-se, pois, que em uma cidade que era modelo de modernidade, capital de um dos estados mais expressivos do Brasil naquele contexto e ainda hoje, a cultura fotográfica foi se estabelecendo de forma bastante gradual e em um ritmo específico da realidade local e de seus lugares propícios.

Para cartografar a prática da fotografia na cidade moderna

A tendência pertinente ao processo de estruturação e organização da *cultura fotográfica* em Belo Horizonte, que se associava à setorização e especialização do comércio de produtos e serviços fotográficos, foi uma dinâmica lenta que obedeceu a ritmos próprios. Com o desenvolvimento da indústria fotográfica — a exemplo da Indústria Fototécnica Brasileira fundada na década de 1940 por Elias Aun — e a ampliação do comércio fotográfico, da prática amadora e do consumo social da fotografia a partir de meados do século XX, as lojas que intervieram nesse ramo passaram e se dedicar exclusivamente ao universo fotográfico, quando então acumularam todas as atividades ligadas àquele *métier* em um só ambiente.

Muitos profissionais da fotografia em Belo Horizonte tentaram se acomodar a essa nova realidade, de modo que ampliaram seus ateliês não somente para produzir fotos, mas também para vender suprimentos e oferecer o laboratório e trabalhos de revelação, ampliação e cópia para amadores e profissionais. Esse foi o caso da Foto Retes, estabelecimento localizado na Rua dos Carijós nº 426 e que até hoje permanece nesse comércio na cidade.

A lógica para a abertura dos ateliês e das casas de suprimentos fotográficos foi determinada por inúmeros fatores que se devem, inclusive, a uma determinada dinâmica comercial instaurada nos tempos de construção de Belo Horizonte pela CCNC. No plano urbanístico traçado pela Comissão, a região prevista para as atividades comerciais da cidade se localizava nas proximidades da esplanada da Lagoinha, próxima às paragens da Praça da Estação Ferroviária. Foi ali pensada com o intuito de aproveitar o movimento de chegada e partida de passageiros e mercadorias. Da estação saía a Avenida do Comércio (atual Avenida Santos Dumont), onde se concentravam casas varejistas, fábricas, mecânicas e marcenarias, e a Rua dos Caetés, com seus armários, lojas de materiais de construção e algumas indústrias. Esses logradouros iam ao encontro da praça onde foi estabelecido o primeiro Mercado Municipal da capital, atual Praça da Rodoviária.

A partir daquela Praça do Mercado, onde ambulantes e feirantes disputavam a clientela e os negócios voltados para o abastecimento

alimentar de Belo Horizonte, iniciava-se a principal artéria da cidade, a Avenida Afonso Pena, que cortava a zona urbana no sentido norte/sul. A partir dela, rompiam-se outras importantes ruas, como a Curitiba, que é uma extensão da Rua dos Caetés após cruzar a “Avenida” — modo como a Avenida Afonso Pena era chamada na época —, a Rua Espírito Santo, onde se localizavam os bancos, ou a Rua da Bahia, via que também ligava a Praça da Estação à Praça da Liberdade, centro do poder político do estado de Minas Gerais. A zona urbana da cidade era a imagem de um tabuleiro de xadrez que, de maneira geral, estava dividido entre os nomes de capitais e estados brasileiros ou de extintas tribos indígenas do território nacional. Belo Horizonte estava, nesse sentido, contida e fragmentada na globalidade desses nomes, nos endereços, edifícios, casas.

Todavia, mesmo com o planejamento feito pela CCNC da hierarquia funcional dos espaços da cidade que, por sua vez, acabou se tornando simbólica e mesmo segregadora, tal fato não impediu que no cotidiano se extrapolassem as funções pré-determinadas. As relações comerciais estabelecidas ao longo dos anos fizeram com que se ultrapassasse e se rompesse os ditames do plano urbanístico concatenado pela Comissão, de forma que o comércio passou a coexistir tanto no centro, quanto no bairro Funcionários, naquele dos operários (Barro Preto), na zona boêmia e de baixo meretrício (bairro da Lagoinha), ou nos núcleos coloniais como a Colônia Afonso Pena (atual bairro Santo Antônio). Essa premissa, contudo, não serviu à realidade da prática fotográfica na cidade.

Constata-se que no caso do comércio de produtos e serviços fotográficos estabelecidos entre 1893 a 1939, este se desenvolveu exclusivamente no perímetro urbano da cidade, como previsto no traçado de Aarão Reis, um dos engenheiros responsáveis pelo traçado urbano do planejamento da capital de Minas Gerais. Porém, não ocorreu estritamente na região do bairro do Comércio, como ditado pela CCNC, pois tais negócios ultrapassaram aquele limite imaginado. A ausência de qualquer profissional da fotografia em arrabalde mais distante da zona urbana da cidade demonstra que, ainda naquele momento, a fotografia produzida nos estúdios chegava muito lentamente aos moradores pertencentes aos estratos sociais inferiores. De modo geral, contraditoriamente ao previsto no plano urbanístico original, as atividades comerciais, como uma opção real da população, desenvolveram-se inicialmente entre as ruas Guajajaras e Bahia e as avenidas Afonso Pena e Liberdade (hoje João Pinheiro). Na região entre a Praça da Estação e o Mercado Municipal (hoje rodoviária) — o bairro comercial anteriormente previsto — instalou-se o comércio mais popular.

Dito de outra forma, seguindo o prisma do comércio, mas especialmente das relações estabelecidas entre a clientela e os

profissionais da fotografia, é possível “perceber a evolução espacial da cidade enquanto processo de diferenciação característico do desenvolvimento urbano” (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1997c, p. 51). Assim, mesmo que a capital tenha se expandido além do previsto inicialmente, o que fez com que a dinâmica original de divisão da cidade por seções se tornasse mais difusa, observa-se, por meio da projeção feita dos ateliês e das casas de suprimentos fotográficos abertos ao longo do período de 1893 a 1939 sob a planta da cidade, a tendência de fixação do comércio fotográfico na zona urbana de Belo Horizonte, seguindo o plano ideal de Aarão Reis. Ressalta-se que no interior desse setor, existiam ainda determinados polos centralizadores de tais atividades, como as ruas dos Caetés e da Bahia, além da Avenida Afonso Pena. Com o passar do tempo, observa-se que esses logradouros se conformaram como pontos tradicionais de oferta dos serviços fotográficos na cidade.

A Rua dos Caetés era uma das principais vias comerciais da capital e ponto proeminentemente associado ao comércio realizado por imigrantes, já que era ocupada por negociantes turcos, italianos ou portugueses que atraíam os fregueses com suas “novidades” e produtos importados, além de mercadorias de armarinhos, fazendas e quinquilharias. Os imigrantes que vieram para Minas Gerais não buscavam mais o ouro colonial, mas sim oportunidades de trabalho, apesar de comumente iniciarem sua busca no Rio de Janeiro ou em São Paulo. Nesse caso, Belo Horizonte, em geral, não aparecia como primeira opção do “imigrante estrangeiro ‘em potencial’, a não ser nos casos específicos em que a presença de parentes ou amigos lhe permitia vislumbrar um começo menos incerto” (PREFEITURA DE BELO HORIZONTE, 2004, p. 24). E foi por meio dessa solidariedade existente entre os membros de um mesmo território nacional que, entre outros fatores, propiciou que o comércio de produtos e serviços fotográficos se mantivesse predominantemente entre os imigrantes que se estabeleceram na cidade.

No caso de Belo Horizonte, os estrangeiros acabaram se tornando parte da própria identidade local, já que a cidade se fundou a partir da invenção de uma nova capital e do aniquilamento do que antes existia no território. Os nomes dos fotógrafos funcionaram, então, como fios-condutores nessa narrativa que levou às trajetórias profissionais. Além disso, a origem fundamentalmente europeia da maioria desses profissionais foi um fator que influenciou em sua fama e prestígio perante o mercado, de modo que os fotógrafos imigrantes eram portadores e divulgadores da modernidade presente na prática da fotografia.

Entre os profissionais da fotografia, vários imigrantes podem ser citados, que vão desde os tempos do Gabinete Fotográfico da CCNC, a exemplo de Alfredo Camarate, Adolfo Radice e Francisco

Soucassaux, até o momento posterior à inauguração da cidade, com Estevão Lunardi, Igino Bonfioli, Francisco Theodoro Passig, Henrique den Dopfer, J. M. Retes, Gines Ginea Ribera, Elias Aun, W. Zats, Barão Hermann von Tiesenhausen e, talvez, Aldo Borgatti. De um total de 29 fotógrafos atuantes em Belo Horizonte entre 1894 e 1939, 13 deles certamente eram estrangeiros (45%).

Na Rua dos Caetés, além do comércio praticado por imigrantes, foi o local em que se encontrava grande oferta de produtos com preços mais baratos se comparado ao de outros logradouros. Produtos que eram vendidos por atacado ou a varejo e negociados, normalmente, em lojas de variedade. Concentrar uma grande diversidade de produtos de diferentes marcas, além de refletir a versatilidade de um comércio ainda pouco especializado, era também uma estratégia de oferecer aos clientes o maior número de opções disponíveis no mercado sem que os consumidores precisassem se deslocar ou que procurassem a concorrência.

Segundo o fotógrafo Elias Aun (1996, p. 16), “a rua da Bahia era mais especializada: cirurgia, moda, fotografia. A rua dos Caetés era tecido, armarinho: o varejo que servia à cidade”. “Quer dizer, a rua dos Caetés não era mais movimentada do que a rua da Bahia. Apenas era mais popular” (Idem). Nas palavras do fotógrafo Wilson Batista, as senhoras juntamente com suas filhas iam às compras de forma a

[subir] a Rua da Bahia até o outro quarteirão que é a Augusto de Lima, mais ou menos, que havia lá umas quantas casas de comércio, e a Avenida Afonso Pena e a Rua Caetés que era rua de comércio mais marcante, que era, quase totalmente de sírios, né!⁶

Na Rua dos Caetés se instalaram lojas como Lunardi & Machado, Photographia Bellesa, Typographia Progresso e Camillo Alves & Comp. que atuaram, de diferentes formas, no comércio de produtos e serviços fotográficos em Belo Horizonte⁷.

Ao longo do crescimento e desenvolvimento da cidade, tornou-se possível “perceber o traçado que o comércio foi se realizando no centro, apropriando-se de forma distinta do espaço e instaurando diferentes usos em cada trecho” (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1997c, p. 52). Nesse caso, de maneira oposta à Rua dos Caetés, o comércio na região “mais nobre” da cidade era representado pela Rua da Bahia, onde também se concentraram as atividades fotográficas exatamente por tal prática se associar às modernas e relativamente caras formas de comunicação e entretenimento.

A Rua da Bahia, fundamentalmente nas três primeiras décadas de vida da capital, foi o ponto de convivência da elite belo-horizontina. Tal experiência se iniciou já em 1894, quando se realizavam encontros entre os construtores e funcionários públicos

6. Entrevista com Wilson Batista concedida a Maria Eliza Linhares Borges. Belo Horizonte, 03/08/2006, p. 7. Acervo Programa de História Oral/UFMG. Disponível (on-line) em: <http://www.fafich.ufmg.br/historiaoral/index.php/por/Acervo-de-entrevistas/Historia-dos-Artistas-Mineiros-Fotografos/Wilson-Baptista>. Acesso em: 10 de abril de 2017.

7. “5 – A Rua dos Caetés, chamada na época de “bairro-syrio-turco-arabe”, era, por vezes, vista com maus olhos e mesmo com preconceito por parte de alguns consumidores da cidade, exatamente pela origem estrangeira daqueles que tinham fama de praticarem um comércio desleal. Segundo uma crônica de 1916, o logradouro foi descrito como sendo o domínio “da trapaça em alta escala para ensinamento desbeios” onde “tudo é mais barato, como producto allemão. Mais barato e falsificado, rebotalho dos leilões da alfandega e dos alcaides das grandes casas do Rio. (...) É uma praga. Quem cae nas unhas de um turco está frito, há de lhe comprar ao menos um alfinete, para levar ‘manta’, carimbo desses jacobs e migueis mais ou menos judeus”. In: As Alterosas, Belo Horizonte, 04/11/1916, nº 02, anno I, p.04.”

na Pharmacia Abreu, negócio estrategicamente localizado em frente ao Grande Hotel. Naquele logradouro “se concentraram os primeiros estabelecimentos comerciais, de lazer e de encontro, que passaram a fazer parte do imaginário da cidade ou, melhor dizendo, das representações elitizadas que dela se faziam nas suas primeiras décadas” (Idem, 1997c, p. 54).

Constituindo-se local de referência do comércio e também do lazer, a Rua da Bahia foi o *locus* do consumo, o ponto de convergência e de passagem de todos, onde transitavam bondes e existiam estabelecimentos como o Grande Hotel, a Livraria Francisco Alves, o Bar do Ponto, a Casa Estrela, o Teatro Municipal, o Trianon e o Cinema Odeon. Ela acabou por fixar tais imagens na memória sentimental dos belo-horizontinos e que pode ser rememorada pelas inúmeras crônicas e poemas que citam ou transcorrem no logradouro. Segundo Pedro Nava (1976), por exemplo, “todos os caminhos iam à Rua da Bahia”.

Essa rua, de maneira geral e ao longo da história da cidade, firmou-se como um dos mais expressivos pontos comerciais, sendo um dos mais importantes eixos de circulação que ligava a Praça da Estação Ferroviária à Praça da Liberdade, centro do poder político de Minas Gerais. O tráfego de pessoas naquele local era intenso, devido tanto às facilidades instauradas pelo fluxo de bondes a partir de 1902, quanto pelo interesse despertado pelo requintado comércio e pelas diversas atrações sociais em estabelecimentos como o Bar do Ponto, o Teatro Soucasaux (depois Teatro Municipal), a Confeitaria Estrela, o Café Paris, o Trianon ou o Cinema Odeon.

Ao lembrar o sentido daquele local para os moradores da cidade nos primeiros anos da capital, Paulo Mendes Campos afirmou que

A vida é descer a Rua da Bahia; que tinha dois ou três quarteirões de cidade grande, de prazer (...). Todos iam para a Rua da Bahia. Todos a subiam ou desciam, disfarçando a ansiedade, na esperança dum olhar, um encontro, uma aventura, um pecado, o mundo (CAMPOS, 1965, pp. 59-61).

Ali se instalaram os primeiros ateliês fotográficos de Belo Horizonte e, a maioria deles, depois da cidade inaugurada, a exemplo dos estabelecimentos de Francisco Soucasaux e Horácio de Mendonça (Horácio de Carvalho), e Photo Salles, Atelier Artístico Photographico de Aldo Borgatti, J. Arantes Phot., Photographia Artistica, Junqueira & Molina, Photographia Belém, Photographia Retes, Photo Elias, Photo-Arte, Photo Letre e a Casa da Lente. Foram comércios que mobilizaram o nome de seus proprietários de forma a chancelar a seriedade e qualidade dos serviços prestados. Os proprietários

daqueles estabelecimentos comerciais se colocavam, pessoalmente, como avalistas de seus próprios negócios diante dos fregueses. Além disso, tal fenômeno revela a permanência e influência das relações pessoais no comércio da cidade em suas primeiras décadas. O comércio, além de ter sido “a principal atividade” econômica de Belo Horizonte, foi também fonte de movimento, trocas e de relações sociais (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1997c, p. 25).

Todavia, tais estabelecimentos comerciais não se mostraram polifuncionais apenas no sentido de que, além de negociarem mercadorias, serviram de ponto de encontro e, portanto, de ambientes vitais para a vida de uma cidade que aos poucos se erguia e se transformava. Em grande medida, os primeiros ateliês de Belo Horizonte, como ocorreu em outras cidades do país, comportaram a moradia e o ambiente de trabalho dos fotógrafos. Esse foi o caso, pelo menos, de Francisco Soucasaux, Iginio Bonfioli, José Ramos Arantes e Raymundo Alves Pinto. E conforme a cidade se reorganizava espacialmente em um movimento incessante, a realidade de diferenciação funcional dos imóveis tendeu a se afirmar em Belo Horizonte a partir da década de 1920, mas fundamentalmente nos anos 30.

Ao longo do século XX, fruto da tendência de setorização e especialização do comércio que, em grande medida, adveio pelo surto de desenvolvimento industrial de Belo Horizonte, e pela nova cartografia da cidade, uma nova geração de fotógrafos começou a se instalar na Avenida Afonso Pena, a “Avenida”, em detrimento da Rua da Bahia. A principal via da cidade começou a despontar como um expressivo centro comercial já a partir da década de 1910, mas que se tornou manifesto nos anos 30, ocasião em que o crescimento da cidade conformou “uma modificação das referências espaciais” e o que era considerado como “centro” deixou “de ser a rua da Bahia e o Bar do Ponto, deslocando-se para a Praça Sete e a Avenida Afonso Pena” (Idem, 1997c, p. 87). Na “Avenida” e em seus arredores, fundaram e/ou acompanharam esta nova geografia comercial os fotógrafos Francisco Theodoro Passig, Herculano Júdice e Olympio, e os estabelecimentos Foto Victor, Foto Avenida, Studio Roberto ou Buza Foto, ou outros como a Papelaria Oliveira & Costa que se transferiu para um quarteirão entre as Ruas dos Tupis e Espírito Santo.

A transitoriedade dos estabelecimentos comerciais que marcou, sobremaneira, os primeiros anos da capital, deu lugar, pouco a pouco, à permanência das lojas no comércio da cidade em determinados endereços. Tal fenômeno, no caso da fotografia, foi expresso muitas vezes pelo reaproveitamento dos pontos comerciais que criaram referências em torno de um profissional. A Photographia Belém, por exemplo, localizada na Rua da Bahia nº 1057, em frente ao Grande Hotel, onde se hospedavam intelectuais

e políticos, foi ocupada durante dez anos por Olindo Belém. Nos anos seguintes, reutilizaram tal ponto outros profissionais da fotografia como J. M. Retes, Henrique den Dopper e Martins Cunha.

O apelo ao nome do proprietário como forma de associação dos consumidores a uma determinada loja foi uma dinâmica que também se modificou a partir dos fins da década de 1930, mas especialmente entre os anos 40 e 50, quando o crescimento da cidade, o aumento populacional e a industrialização de vários setores da economia tornaram os negócios cada vez mais impessoais, ao mesmo tempo em que os letreiros em néon da “Avenida” anunciavam a chegada dos novos tempos em uma cidade em constante mutação.

Considerações finais

Apesar de todo o esforço mobilizado, a história aqui construída não representa mais que um mosaico a respeito do processo de estruturação e organização da *cultura fotográfica* na cidade de Belo Horizonte. Todavia, ao desvendar aspectos desse universo, este estudo procurou esclarecer elementos pertinentes à prática da fotografia em fins do século XIX e primeiras décadas do XX. A variedade das fontes consultadas permitiu, por sua vez, a construção de uma análise que evidencia a diversidade das experiências e das possibilidades impostas pelo tempo e pelas circunstâncias às trajetórias de fotógrafos e comerciantes de suprimentos fotográficos dispersos na cartografia da cidade.

Esta investigação procurou identificar as principais características presentes na prática fotográfica dos profissionais instalados em Belo Horizonte, como a natureza itinerante desse ofício, a proeminência de imigrantes nessa atividade e o hibridismo como uma experiência de associação da fotografia a outras ocupações. Questões ligadas ao cotidiano do *métier* fotográfico também foram priorizadas, como a maneira em que esses profissionais se iniciaram no ramo, os equipamentos fotográficos utilizados e as estratégias de diferenciação e consolidação dos fotógrafos no mercado por meio, por exemplo, do emprego de diversos recursos de publicidade. No tocante à venda de materiais para a fotografia, observou-se como o comércio da cidade, em seus primeiros anos, mostrou-se polivalente, versátil e pouco especializado, de forma que os estabelecimentos existentes na capital tentaram oferecer a maior quantidade de produtos em um só negócio e, dentre eles, os materiais para a fotografia.

A organização da *cultura fotográfica* em Belo Horizonte se deu pela fundação de pontos tradicionais do comércio de serviços e produtos fotográficos na cidade e, ainda, pela diferenciação do mercado da fotografia em três principais seguimentos: os estúdios,

os laboratórios e as lojas voltadas para a venda de suprimentos fotográficos. Com raras exceções esses três setores se reuniram em um só estabelecimento no período de abrangência deste estudo, o que atesta a proeminência da instabilidade e generalização do mercado da fotografia em Belo Horizonte naquele momento, apesar de já existir certa propensão para a especialização. A mesma tendência se deu entre aqueles que exerceram o ofício da fotografia: a princípio, os fotógrafos eram profissionais híbridos exercendo uma atividade que necessitava de noções em diversas áreas. Com o passar dos anos, contudo, eles tenderam a se dedicar exclusivamente ao universo da fotografia e a se fixarem em determinados pontos comerciais.

Constata-se ainda que o comércio de produtos e serviços fotográficos estabelecidos entre 1893 a 1939, deu-se exclusivamente no perímetro urbano da cidade, como previsto no projeto da Comissão Construtora, embora não tenha se dado estritamente na região do bairro do Comércio como planejado por Aarão Reis. A ausência de qualquer profissional da fotografia em arrabalde mais distante da zona urbana da cidade demonstra que, no período estudado, a fotografia produzida nos estúdios chegou muito lentamente aos moradores pertencentes aos estratos sociais inferiores. Conformaram-se, ao mesmo tempo, pontos tradicionais de oferta dos serviços e produtos fotográficos na cidade.

Por último, sublinha-se que a crescente demanda social por imagens foi um fenômeno que concorreu com a ampliação dos diversos usos e funções sociais da fotografia. O emprego de tais imagens com finalidades distintas como documentação, publicidade, recordação, informação — especialmente por meio da imprensa ilustrada —, instrumento técnico a serviço de engenheiros e arquitetos, destinações científicas na identificação criminal e ainda o entretenimento, fundamentalmente por meio do foto-amadorismo, instigaram os profissionais da área a um constante aperfeiçoamento técnico num jogo de concorrência e em alguns momentos de solidariedade e trocas.

Espera-se que este estudo venha contribuir para o aprofundamento do conhecimento relativo a formação da *cultura fotográfica* na cidade de Belo Horizonte e somar esforços para a ampliação do debate sobre a história da fotografia no Brasil.

Referências

AUN, Elias. **Belo Horizonte & o comércio: 100 anos de história**. Belo Horizonte: Centro de Estudos Históricos e Culturais, Fundação João Pinheiro, 1996. (História Oral n.01)

BENJAMIN, Walter. “Pequena história da fotografia”. *In: Magia e técnica, arte e política: Ensaio sobre literatura e história da cultura – Obras Escolhidas*, vol. 01. São Paulo: Brasiliense, 1986.

BOURDIEU, Pierre. **Un Arte Medio**: Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía. Barcelona: G. Gili, 2003.

CAMPOS, Luana Carla Martins. “**Instantes como estes serão seus para sempre**”: Práticas e representações fotográficas em Belo Horizonte, 1894-1939. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

CAMPOS, Paulo Mendes. **Colunista do morro**. Rio de Janeiro: Ed. do Autor, 1965.

FREUD, Gisèle. **Fotografia e sociedade**. Lisboa: Vega, 1989.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Bello Horizonte**: Bilhete Postal. Coleção Otávio Dias Filho. Belo Horizonte: Centro de Estudos Históricos e Culturais, 1997a.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Belo Horizonte**: Verso e reverso. Belo Horizonte: Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 1997b.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Belo Horizonte & o comércio**. Belo Horizonte: Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 1997c.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Projeto Circuito da Memória**. Belo Horizonte: Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, 1997d.

JORNAL As Alterosas, Bello Horizonte, 04/11/1916, nº 02, anno I, p.04

MINAS GERAES. **Consolidação das Leis, Decretos e Portarias da Prefeitura Municipal de Bello Horizonte**. Organizada por determinação dos exmos. Srs. Drs. Prefeitos Luiz Penna e Soares de Mattos, pelo bacharel José Affonso Mendonça Azevedo. Bello Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas Geraes, 1935.

MONTEIRO, Charles. **Fotografia, história e cultura visual: Pesquisas recentes**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2012.

NAVA, Pedro. “Anexo I: Evocação da rua da Bahia”. *In: Chão de Ferro: Memórias*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1976.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. **De outras terras, de outro mar**: Experiências de imigrantes estrangeiros em Belo Horizonte. Belo Horizonte: Museu Histórico Abílio Barreto, 2004. (Catálogo de exposição)

SALGUEIRO, Heliana Angotti. **Engenheiro Aarão Reis**: O progresso como missão. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 1997.

SONTAG, Susan. **Ensaio sobre fotografia**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1986.

TURAZZI, Maria Inez. “Uma cultura fotográfica”. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 27 – Fotografia, pp. 6-17, 1998.

TURAZZI, Maria Inez. **Marc Ferrez**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

Recebido em: 13/04/2018

Aprovado em: 23/07/2018