



## **Rio de Janeiro e São Paulo: Imagens e Imaginário em Revistas<sup>1</sup>**

Dulcilia Schroeder Buitoni<sup>2</sup>

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

### **Resumo**

Este trabalho examina representações visuais de duas cidades brasileiras emblemáticas, São Paulo e Rio de Janeiro, em duas revistas semanais – “O Cruzeiro” (década de 1950) e “Veja” (primeira década de 2000). São discutidos elementos metodológicos de pesquisa de imagem (visual e literária), articulando História Cultural e teorias sobre o imaginário e a fotografia. Propõem-se formas de aplicação à descrição e à análise das características das imagens. Conceitos como imagens opostas e justapostas (Walter Benjamin), montagem (Willi Bolle), imagem complexa (Josep Català) norteiam a proposta. Na leitura das imagens, a relação entre texto e imagem foi incluída. Foram observadas oposições entre progresso e tradição, natureza e cultura, urbano e rural, centro e periferia, nacional e regional, real e ideal.

### **Palavras-chave**

Imagens de cidades; Rio de Janeiro e São Paulo; O Cruzeiro; Veja; Representações.

### **Introdução**

Jornais e revistas apresentam visualizações de cidades, ambientes, edifícios, ruas e praças, pessoas. As imagens ilustram, informam, conformam. As imagens estampadas em publicações jornalísticas reforçam figurações do imaginário sedimentado culturalmente ao longo de séculos. O objetivo deste trabalho é examinar representações visuais – principalmente as fotográficas – de duas cidades brasileiras emblemáticas: São Paulo e Rio de Janeiro, em duas grandes revistas semanais, “O Cruzeiro” (década de 1950) e “Veja” (primeira década de 2000). Também se quer discutir e experimentar conceitos que possam ser operacionais na análise de imagens jornalísticas.

Quais as representações preferenciais nessas duas décadas? Que olhares, que imagens foram valorizadas pelas duas revistas? A urbanização crescente no mundo inteiro foi acompanhada pela valorização da imagem: as revistas ilustradas expandiram-

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



se e mais tarde a televisão continuou a difundir visualidades. Revistas, televisão e cidades configuram-se mutuamente. A indústria cinematográfica, principalmente a norte-americana, contribuiu para o reforço de cidades míticas, como Nova York e Paris. O cinema brasileiro também reforçou imagens de São Paulo e Rio de Janeiro.

Diários e revistas ajudaram a construir imagens das cidades, principalmente das metrópoles. Há metrópoles que foram altamente simbolizadas em processos que vêm desde a Idade Média: talvez Paris seja o principal exemplo de construção, inclusive por meio da literatura. A reforma urbana da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX se inspirou em Paris, ícone da modernidade nestes tempos. Mas os processos mais intensos de simbolização urbana ocorreram a partir do século XIX, conforme apontado em estudos de autores como Walter Benjamin.

As publicações jornalísticas que surgiram ao longo do século XIX na Europa estavam intimamente ligadas ao processo de urbanização. Os jornais colocavam as pessoas em contato com o espaço público que se construía no cotidiano da vida das cidades. Diários ou semanais, eles traziam a política para os habitantes dos núcleos que iam crescendo com a Revolução Industrial e o incremento do capitalismo. No entanto, talvez as revistas nascentes traduzissem ainda com mais força o ambiente citadino. Afinal, muitas revistas apresentavam universos de cultura, bem como imagens das cidades, principalmente das metrópoles. Inicialmente, apareceram gravuras que estampavam lugares significativos como sedes de governo, monumentos, praças importantes etc. Depois, começaram a ser publicadas fotografias. Já havia uma relação estreita entre cidade e revista, relação que foi acentuada no século XX.

De um modo geral, as revistas ilustradas caracterizavam-se por uma tendência de valorizar a vida urbana como um signo de modernidade e civilização. Para representar visualmente as feições de uma cidade, são usados pontos de referência – quase sempre espaciais – facilitadores da identificação. A pesquisadora Sandra J. Pesavento, que trabalhou com o imaginário literário de Paris, Rio de Janeiro e Porto Alegre, aponta elementos que ajudam a configurar identidades urbanas:

“Ora, a identidade de uma urbe tende a apoiar-se em marcos de referência precisos, visuais e sensíveis que, se por um lado compõem a unicidade do padrão identitário, permitindo reconhecimento da cidade, por outro, estabelecem a diferença em face de outros centros urbanos. Via de regra, estes elementos individualizantes – monumentos, traçado urbano,

2

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



tipo de construção arquitetônica, paisagem, costumes e procederes – são observáveis no centro da cidade, *locus* da origem da urbe e, quase sempre, núcleo histórico, religioso e político” (PESAVENTO, 1999, p. 163).

Neste texto, buscamos imagens de duas cidades que costumam ser identificadas como representativas do Brasil: Rio de Janeiro e São Paulo. As duas metrópoles têm importância como ícones urbanos, tanto para o público nacional como para os públicos internacionais. Escolhemos duas revistas semanais, “O Cruzeiro” (1950-1959) e “Veja” (2000-2009), cada uma em um distinto período. A década de 1950 foi um período de modernização e industrialização, de retomada da democracia e de movimento migratório do campo para a cidade e das regiões mais pobres do norte e nordeste para o sudeste. Nos anos 1950, também se processou uma modernização da arquitetura. O século XXI, pós-revolução informática, com o crescimento das duas metrópoles, com os problemas de transporte, educação, moradia, violência, produziu outras imagens urbanas.

Ao relacionarmos uma década da metade do século XX com a primeira década de século XXI, podemos acompanhar as representações mais frequentes dessa interação entre modernidade e cidade:

“A cultura da modernidade é eminentemente urbana e comporta a conjugação de duas dimensões indissociáveis: por um lado, a cidade é o lugar da ação social renovadora, da transformação capitalista do mundo e da consolidação de uma nova ordem e, por outro, a cidade se torna, ela mesma, o tema e o sujeito de manifestações culturais e artísticas” (PESAVENTO, 1999, p. 158).

Todas as cidades têm seus lugares emblemáticos, mas as metrópoles emblemáticas, além de terem lugares emblemáticos, são elas mesmas lugares emblemáticos. Utilizaremos a noção de representação para refletir sobre as imagens de Rio de Janeiro e São Paulo. Trabalhar com o imaginário pressupõe ter a consciência de que estamos olhando desde o momento presente, com olhos que também foram se construindo ao longo do tempo:

“Cada imagem que tem a capacidade de se inscrever no imaginário e, portanto, de passar à história como elemento

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



característico de determinada configuração social, é um conglomerado que aglutina constituintes fundamentais da psique desta sociedade. Uma imagem não é, portanto, um elemento histórico só porque pertence a determinado período e está ancorada nele por sua feitura e pela própria biografia de seu(s) autor(es). É, ou pode ser, dependendo de sua intensidade, porque supõe a visualização do imaginário naquele momento” (CATALÀ, 2011, p. 255).

A revista “O Cruzeiro” era a principal construtora do imaginário visual brasileiro desde a década de 1930. Do mesmo modo, mas em concorrência com os meios audiovisuais, a revista “Veja” vem construindo imaginários dessas e de outras cidades.

“O Cruzeiro” começou a circular em dezembro de 1928, já se posicionando como uma publicação “moderna”. Logo foi comprada por Assis Chateaubriand, proprietário dos “Diários Associados”, grande cadeia de jornais em distintas cidades brasileiras. Publicava noticiário internacional e nacional com muitas fotografias, reportagens sobre lugares distantes, com fotos de indígenas, da flora e da fauna do Brasil, artigos e colunas de escritores conhecidos. Também foi uma eficiente divulgadora do movimento do campo em direção às cidades: a cidade tinha uma aura de progresso e civilização.

Nesse primeiro número, “O Cruzeiro” já trazia matérias em que projetava a grandeza imaginária do Rio de Janeiro e de São Paulo. A matéria “O Rio de Janeiro de 1950” mostrava previsões de como seria a capital do Brasil 22 anos depois. Progresso, desenvolvimento, consciência social do povo, alma brasileira, mais populosa nação latina, ruas, avenidas, túneis, praças e edifícios monumentais, eram palavras que se dirigiam ao objetivo de ser “a mais linda metrópole do mundo”. São Paulo também era glorificada em seu potencial construtivo. Em texto/crônica “A côr de São Paulo”, Guilherme de Almeida critica os que chamam a cidade de cinzenta:

“Poetas estrábicos - um olho em Londres, outro em São Paulo - têm cantado esta cidade em toda a gamma do cinzento. Vêm cinza neste céu de redoma que guarda a fuligem dos bairros trabalhadores, cinza nesta garôa bohemia, cinza nestes asfaltos e nestas pedras, cinza nestes telhados de ardósia, cinza nestes cerebros tristes” (O Cruzeiro, 10 de novembro de 1928).

Guilherme de Almeida convida a ver São Paulo de avião “de uma altura suficientemente moderna”: então, a cidade é vermelha. E já ressalta as qualidades: “a

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



cidade que constrói uma casa de duas em duas horas, a cidade que se estende e se avoluma e sobe, num record assombroso”. São Paulo é vermelha, da cor do tijolo:

“‘Brique’ - cor de construção. Cor dos cubos de terra cozida que se apinham, das telhas acolhedoras que se imbricam, dos vergões que o progresso abre nas glébas uteis, da poeira que erguem na estrada as modernas bandeiras de tractores e caminhões... Cor activa do trabalho, cor alegre de construção. Cor com que o sol edifica o dia e fabrica a noite. Tijolo - cor de São Paulo...” (O Cruzeiro, 10 de novembro de 1928).

Desde a segunda metade dos anos 1940, “O Cruzeiro” introduziu novos formatos de reportagem, em que a fotografia ganhava cada vez mais espaço; o texto teve sua predominância reduzida. Grandes reportagens redefiniram o papel da fotografia nas revistas brasileiras.

Nos anos 1950, vendia 500.000 exemplares num Brasil de 50 milhões de habitantes (o número de suicídio do presidente Getúlio Vargas, em 1954, alcançou 720.000 exemplares). “O Cruzeiro” criou o sistema de duplas repórter/fotógrafo, inspirado na francesa “Paris-Match”, essas duplas fizeram grandes reportagens.

“O Cruzeiro” elaborou representações para as mudanças políticas e sociais vividos pela sociedade brasileira a partir de 1945. Para a revista, o Brasil estava se transformando em uma nação moderna e democrática. As imagens das duas cidades, São Paulo e Rio de Janeiro, eram apresentadas, em geral, como símbolos de modernidade e cultura. São Paulo era a cidade da indústria e do trabalho. Nas páginas da publicidade, aparecia a modernidade das maneiras de habitar: os eletrodomésticos, liquidificadores, televisões. As transmissões televisivas no Brasil começaram em 1950, mas o grande meio de massa era o rádio. Algumas narrativas da cidade se pareciam, em “O Cruzeiro”, com as novelas do rádio: crimes misteriosos eram contados durante diversas semanas. Rio de Janeiro compartilhava a função de capital da república com sua vocação turística, que a tornava um ícone e um símbolo para o público estrangeiro.

Mais contemporânea, a revista “Veja”, iniciada em 11 de setembro de 1968, já partiu de uma realidade em que as duas grandes capitais estavam consolidadas. A “Veja” da primeira década do século XXI é a mais importante revista semanal do Brasil e da América Latina, com tiragem média de mais de um milhão de exemplares. Nos seus primeiros tempos, dedicava mais espaço à fotografia. Nos últimos anos, a utilização é mais convencional; as reportagens fotográficas são mais raras. Revistas

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



norte-americanas similares como “Time” e “Newsweek” costumam explorar mais o fotojornalismo, publicando ensaios, reportagens e fotos que ocupam a página inteira.

### **Justaposição, oposição: montagens**

A observação, classificação e análise de imagens jornalísticas pedem a pesquisa de conceitos em diferentes campos de conhecimento. Autores clássicos podem nos fornecer elementos aplicáveis tanto aos anos 1950 quanto ao século XXI. Walter Benjamin e Willi Bolle, que estudou a sua obra, podem nos apontar caminhos de investigação.

Walter Benjamin retratou a modernidade de cidades como Paris, com uma escritura bastante própria de história cultural, recolhendo fragmentos da vida urbana. No volume “Rua de mão única”, foram reunidos textos sobre vivências de cidade: a infância em Berlim, passagens por Nápoles, Moscou, Weimar, Marseille, Ibiza, Paris. Textos curtos, quase crônicas, frases soltas com opiniões e aforismas (por exemplo: “O olhar é o fundo do copo do ser humano”, BENJAMIN, W., 1987, p. 49), parágrafos em ritmo de poema vão mostrando seu percurso por paisagens já icônicas naquela época e outras menos conhecidas. O pequeno ensaio “Paris, a cidade no espelho” é bastante representativo da abordagem de Benjamin:

“De todas as cidades, não há nenhuma que se ligue mais intimamente ao livro que Paris. Se Giraudoux tem razão e se a maior sensação de liberdade humana é flunar ao longo do curso de um rio, então aqui a mais completa ociosidade, e portanto a mais prazerosa liberdade, ainda conduz livro e livro adentro” (BENJAMIN, 1987, p. 195).

As relações apontadas por Benjamin ligam lugares e construções, pontos que se destacam na geografia parisiense. A visualidade aparece, soberana:

“Nenhum monumento nesta cidade no qual uma obra prima não tenha se inspirado. Notre Dame – pensamos no romance de Vitor Hugo. Torre Eiffel – *Os Noivos da Torre Eiffel*, de Cocteau; com *Oração na Torre Eiffel*, de Giraudoux, já estamos nas vertiginosas alturas da nova

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



literatura. A Ópera: com o famoso romance policial de Leroux, *O Fantasma da Ópera*, estamos nos subterrâneos dessa construção e da literatura ao mesmo tempo. (...) Esta cidade se inscreveu tão indelevelmente na literatura porque nela mesma atua um espírito aparentado aos livros” (BENJAMIN, 1987, p. 195).

Willi Bolle, estudioso de Benjamin, apontou seus métodos de pesquisa. Sandra Pesavento (1999:19) analisou relações entre literatura e cidades e nos disse que Willi Bolle caracterizou a técnica benjaminiana de montagem, emprestada das vanguardas artísticas, especialmente do cinema.

Willi Bolle nos disse que a montagem é um procedimento característico das vanguardas do início do século XX:

“É sobretudo essa tradição que está presente na obra de Benjamin: os conceitos de montagem do Dadaísmo, do Surrealismo, do Teatro Épico e dos meios de comunicação de massa jornal e cinema. Há também influências do Barroco (a alegoria como precursora do princípio de montagem), do Romantismo (a estética do fragmento) e da Revolução Industrial (construções-montagem como a Torre Eiffel)” (BOLLE, 1994, p. 89).

Benjamin considerava que a configuração dos jornais era mais importante que a literatura: a leitura espacial, não linear, a disposição multidimensional da escrita desafiavam a cultura tradicional do livro. Estas ideias podem ser aplicadas também ao periodismo na web.

Willi Bolle escreveu uma leitura da grande metrópole contemporânea, pós-Revolução industrial, pinçando e articulando elementos das obras de Walter Benjamin, *“A Origem do Drama Barroco Alemão”* e *“Paris, Capital do Século XIX”*. Para Bolle, a montagem é um procedimento que caracteriza as vanguardas do início do século XX. Nessa linha, ele observa alguns princípios construtivos de Benjamin: o conceito dadaísta de montagem e fotomontagem, o conceito surrealista de montagem, o conceito de montagem do Teatro Épico de Brecht, o conceito jornalístico de montagem e o conceito cinematográfico de montagem. Ao tratar do *lay-out* do jornal, Benjamin destaca seu caráter espacial, não linear. Quanto ao cinema, impera a fragmentação: os elementos isolados não significam nada; a significação nasce de uma combinatória.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



Algumas técnicas específicas foram elaboradas por Benjamin e apontadas por Bolle: colecionar materiais para fazer montagens, montagem como desmontagem, montagem como arte combinatória, montagem em forma de choque e montagem como superposição.

Walter Benjamin utiliza como construção de sua análise a técnica de destruição e desmontagem de imagens do passado, desejando uma nova construção. A montagem funciona por contraste, comparando ideias antitéticas. Uma cidade tem representações contraditórias de seu espaço e das relações sociais que aí se realizam (Bolle, 1994:98).

Esta pesquisa utilizou técnicas de busca segundo possibilidades de contraste e oposição; e de superposição e de justaposição de imagens publicadas nas revistas “O Cruzeiro” e “Veja”. Como elementos de contraste, buscamos oposições entre progresso e tradição, natureza e cultura, urbano e rural, centro e periferia, nacional e regional, real e ideal.

“O Cruzeiro” operou muitas vezes a oposição natureza x cultura. Rio e São Paulo, cidades grandes, faziam contraponto às cidades pequenas, às localidades do interior, às regiões do norte e nordeste. Natureza e cultura se opunham visualmente em mini-narrativas especialmente montadas, quando indígenas eram trazidos ao Rio de Janeiro e “apresentados” ao mar e à Copacabana. O romance da índia Diacuí com um tenente em missão de contato com tribos foi transformado pela revista em uma “novela” em capítulos, com direito a casamento na Candelária. Infelizmente, não houve final feliz, pois a jovem morreu no parto da primeira filha. Os morros cariocas tinham um tom romântico e bucólico, apesar de uma ou outra reportagem apontar pobreza, falta de qualidade de vida. A violência ainda era mascarada como “malandragem carioca”. A faceta turística e glamourosa do Rio de Janeiro aparecia em quase todas as edições.

São Paulo sempre está relacionada a trabalho e pólo financeiro. O centro, com seus prédios, é a imagem mais recorrente na revista. Nos anos 1950, apareceram com destaque greves; em 1953, houve a Greve dos 300 mil. Indústrias, novas fábricas, arquitetura “moderna” caracterizavam a capital paulista.

A cidade do Rio de Janeiro na revista “Veja” é identificada quase sempre pela praia, pelo Corcovado – é o Rio do cartão postal. Encontramos algumas reportagens e que a oposição passado/presente é o princípio de organização visual. Assim, as imagens publicadas seguem uma organização norteadas por opostos, principalmente em reportagens que remetem ao Rio de outros tempos. Esses opostos surgem de quando em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



quando justapostos na mesma página ou em páginas duplas. Há um uso até certo ponto convencional em que o Rio antigo aparece em preto e branco ou sépia e o Rio dos dias de hoje em fotos coloridas. Houve a introdução da violência, simbolizada por armas nas mãos da polícia ou de moradores das favelas. O contraste favela/paisagem privilegiada ou favela/moradias ricas aparece com frequência.

“O Cruzeiro” e a “Veja” utilizam fragmentações e montagens, embora ultimamente a revista “Veja” não pratique paginações elaboradas; suas montagens e fotomontagens ocorrem com predominância na capa. A revista “O Cruzeiro” trabalhava sequências em forma de fotorreportagem, bem como arriscava paginações inusitadas.

### **Futuro, presente, passado**

São Paulo e Rio de Janeiro aparecem em “O Cruzeiro” e em “Veja” principalmente como cidades imaginárias. Cidades que encarnam um espírito de “personalidade” social e ajudam a compor uma concepção de nacionalidade e regionalidade, tendem a ser representadas pelas suas identificações mais correntes. O Rio era e é o Pão de Açúcar, São Paulo era o edifício Martinelli e hoje é o edifício Copan. São imagens que se repetem, o repertório não se modifica.

Kiku Adatto, pesquisadora americana, trabalha com a “confeção” icônica praticada na política, no cinema, na vida cotidiana, na televisão, na cultura popular e na mídia impressa. Ela formulou o conceito de “foto oportunista”, que engloba as imagens preparadas ou previamente provocadas; a possibilidade do documental sucumbe ao imaginário já configurado:

“Assim, aqui temos um paradoxo próprio da fotografia desde o início. Apesar de sua promessa de encarnar o documento definitivo, de uma imagem mais realista do que aquela que a arte possa alcançar, a câmera também pode ser um instrumento de artifício e pose, inclusive de falsidade e mentira. A invenção que permitia que nós escrevêssemos com o sol apagaria a diferença entre aparência e realidade, entre imagem e feito” (ADATTO, 2010, p. 68 – tradução feita pela autora).

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



As imagens de cidade não chegam a esse caráter de “foto oportunista” mas pertencem ao mesmo universo semântico:

“Outro argumento a favor de chamar a atenção sobre as fotos oportunistas é que tanto as falhas como as bem sucedidas atuam como metáforas, símbolos, ou resumem argumentos para o debate público” (ADATTO, 2010, p. 35 – tradução feita pela autora).

As referências são necessárias, mas a insistência em determinados ícones acaba provocando redundâncias que não acrescentam informações. Os mesmo signos persistem. A Cidade Maravilhosa vem desde a primeira metade do século XX, assim como a Cidade do Trabalho. O Rio turístico, das mulheres bonitas, destino de artistas internacionais. Porém, a violência se introduziu no cenário. São Paulo tem violência, mas talvez o problema mais aparente seja o trânsito. O que surge de novo? Pontes estaiadas?



Fig. 1: O Cruzeiro, 10 de novembro de 1928  
Matéria “O Rio de Janeiro de 1950, através da concepção do Professor Agache”

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br

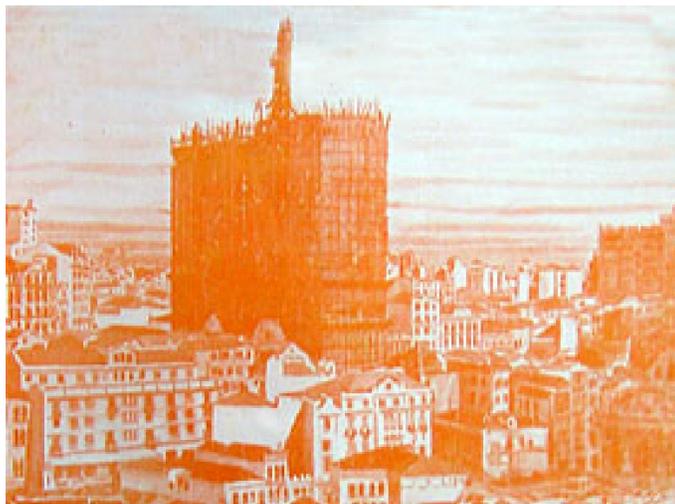


Fig. 2: O Cruzeiro, 10 de novembro de 1928  
Texto “A Cor de São Paulo”, de Guilherme de Almeida



Com o auxílio material, vêm as palavras amigas e muito importantes na vida de uma anciã. E uma Luiza subiu o morro para levar uma mensagem de fé.

Fig. 3: O Cruzeiro, 17 de outubro de 1959  
Texto “Luizas pedem que todos se lembrem dos que envelhecem a sós”

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



Fig. 4: O Cruzeiro, julho de 1975  
Texto “1 morto a cada 3 horas”  
Texto de Dino Américo Aguiar e  
Fotos de Carlos Ney e “Diário da Noite”



Fig. 5: Veja, 20 de abril de 2005, p. 8  
Matéria especial: “A longa noite do Rio... e seu passado ensolarado”, foto do sumário

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



Fig. 6: Veja, 20 de abril de 2005, p. 90-91  
Matéria especial: “A longa noite do Rio... e seu passado ensolarado”



Fig. 7: Veja, 20 de abril de 2005, p. 98  
Matéria: “O Rio tem solução”

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



Fig. 8: Veja, 20 de abril de 2005, p. 99  
Matéria: “O Rio tem solução”

## Referências bibliográficas

ADATTO, Kiku. **Imagen perfecta**: vivir en la era de la foto oportunista. España: Quálea Editorial, 2010.

BENJAMIN, Walter. **Rua de mão única**. Obras escolhidas. Volume 2. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BOLLE, Willi. **A fisionomia da metrópole moderna**. São Paulo: Companhia das letras, 1994.

CATALÀ, Josep M. **A forma do real**: introdução aos estudos visuais. São Paulo: Summus, 2011.

CATALÀ, Josep M. **La imagen compleja**: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Servei de Publicacions, 2005.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br



COSTA, Helouise. **Aprenda a ver as coisas**. Dissertação de mestrado - Escola de Comunicações e Artes - USP - São Paulo - 1992.

LEDO, Margarita. **Documentalismo fotográfico**. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **O imaginário da cidade**: visões literárias do urbano - Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, email: dbuitoni@uol.com.br