



O dia-a-dia da indústria taubateana nas fotografias do C.T.I. Jornal (1937-1946)¹

Eliane Freire de Oliveira²

Universidade de São Paulo/ Universidade de Taubaté

Francisco de Assis³

Universidade Metodista de São Paulo/ Universidade de Taubaté

Resumo

Tendo como objeto de estudo o *C.T.I. Jornal*, produzido pela Companhia Taubaté Industrial, na cidade de Taubaté (SP), entre os anos de 1937 e 1946, a pesquisa discute a identidade da indústria taubateana nas décadas de 1930 e 1940 – estabelecida por meio das fotografias – e traz à tona o debate sobre os conceitos ideológicos reforçados por essas imagens. Para tanto, utiliza-se das proposições de análise fotográfica, que contemplam aspectos técnicos e de construção de sentidos, como parâmetros explicativos para decodificar a presença da autoridade da empresa no discurso fotojornalístico e a tentativa de aproximação com o operariado, por meio da reprodução de aspectos comuns ao dia-a-dia dos mesmos.

Palavras-chave

História da imprensa; C.T.I. Jornal; Companhia Taubaté Industrial; análise fotográfica.

Apresentação

Ao longo da história, principalmente depois da revolução industrial despertada na Inglaterra do século 18, a interação da mídia com a indústria foi se tornando cada vez mais intensa e eficaz. Certos do poder exercido pelos meios de comunicação, diretores de fábricas e empresas vêm adotando esses mecanismos, há bem mais de dois séculos, não só para exibir suas atividades e produtos para a sociedade, como também para se aproximar do operariado.

Tal realidade mostrou-se ainda mais eficiente quando a produção midiática se tornou mais acessível, com o avanço das tecnologias de impressão, no final do século 19. E foi nesse contexto que começaram a surgir os primeiros *house organs*⁴. Em

¹ Comunicação submetida ao GT de História da Mídia Visual, para ser apresentada durante o V Congresso Nacional de História da Mídia, na Faculdade Cásper Líbero (São Paulo), em junho de 2007.

² Doutoranda e Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP); professora da Universidade de Taubaté (UNITAU) e pesquisadora do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação (NUPEC), da mesma instituição. E-mail: eliane-freire@uol.com.br

³ Pós-graduando em Jornalismo Cultural pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade de Taubaté (UNITAU). Assessor de imprensa da Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UNITAU e pesquisador do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação (NUPEC), da mesma instituição. E-mail: francisco-nupec@uol.com.br

⁴ *House organs* são publicações jornalísticas destinadas ao público interno das empresas.



Taubaté, cidade situada entre as metrópoles São Paulo e Rio de Janeiro, na região denominada Vale do Paraíba, o pioneirismo do jornalismo empresarial é atribuído à Companhia Taubaté Industrial (C.T.I.), fabricante de tecidos que, na primeira metade do século 20, investiu em uma publicação jornalística que atingisse seus trabalhadores e despertasse neles o espírito da “família ceteiense”. E assim foi de 1937 a 1946.

Este estudo destina-se à análise do conteúdo fotográfico publicado pelo *C.T.I. Jornal* durante o período citado. Partindo da idéia de Sousa (2000), que define a fotografia como “espelho do real” e destaca que ela se beneficia “das noções de ‘prova’, ‘testemunho’ e ‘verdade’”, o trabalho busca compreender como a indústria era vista pela sociedade valeparaibana nas décadas de 1930 e 1940, principalmente no que diz respeito às pessoas envolvidas no cenário fabril.

Para tanto, utilizou como objeto 31 edições preservadas pela hemeroteca da Divisão de Museus, Patrimônio e Arquivo Histórico de Taubaté. Em termos metodológicos, a análise fotográfica de sentidos e aspectos técnicos foi a condutora da leitura apresentada a seguir. Além disso, por tratar-se de um levantamento de caráter histórico, a pesquisa também abriu espaço para o registro da trajetória da fábrica e do *C.T.I. Jornal*, até mesmo para que se possam compreender, de maneira mais clara, alguns aspectos ideológicos expressados pelo veículo estudado.

Pequeno histórico da C.T.I.

Fundada a 4 de maio de 1891, por Félix Guisard (1862-1942), a Companhia Taubaté Industrial (C.T.I.) foi instalada para a produção de meias e camisas de algodão, em Taubaté (SP). Em 1898, um incêndio destruiu parte das máquinas e do edifício, mas a empresa reestruturou-se e, em 1903, passou a produzir tecidos lisos (morins), brins riscados e toalhas felpudas, produtos de muito consumo na época. A partir de então, a fábrica desenvolveu-se e expandiu suas instalações em uma área de mais de 75 mil metros quadrados.

Conforme descrevem Hoff e Ribeiro (1997), em 1910 foi construída a segunda fábrica da C.T.I., com 224 teares manuais para a produção do morim “Ave Maria”, que se tornou seu principal produto. Já em 1912, foi a vez da implantação da terceira fábrica, com 868 teares para a confecção de cretones.

O complexo industrial ocupava oito terrenos com três prédios fabris e dois prédios administrativos e sociais, todos construídos segundo o modelo arquitetônico industrial adotado na Europa no final do século XIX e início do século XX. As três fábricas chegaram a manter em



atividade perto de 1.300 teares manuais, empregando mais de 2 mil operários, produzindo anualmente cerca de dez milhões de metros de tecidos de algodão, que eram vendidos para todos os Estados do Brasil e exportados para os Estados Unidos. (Op. cit., p. 64)

No ano de 1929, a C.T.I. foi afetada pela crise econômica mundial deflagrada com a quebra da Bolsa de Valores de Nova Iorque, mas os funcionários concordaram, voluntariamente, em trabalhar duas horas a mais por dia, sem remuneração extra, para que a empresa pudesse saldar suas dívidas. Superada a crise, a Companhia vive seu apogeu durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), empregando cerca de 2.400 pessoas, comercializando produtos de boa qualidade em grande quantidade e alcançando posição de destaque na indústria têxtil da América Latina.

Até a década de 1950, a família Guisard controlou a maioria das ações da empresa, mas, em 1953, a família Veloso Borges, com empresas do Rio de Janeiro, adquiriu o controle de 96% das ações, mantendo o controle da C.T.I. até 1970, quando a maioria das ações da empresa foi adquirida pela Companhia Nacional de Tecidos 'Nova América', com sede também no Rio de Janeiro (ANDRADE & ABREU, 1996, p. 266)

A Companhia Taubaté Industrial funcionou normalmente até 1983, quando paralisou definitivamente suas atividades por ser obrigada a requerer concordata preventiva em consequência da falência da Nova América, que acabou sendo incorporada ao grupo Cataguases-Leopoldina, após leilão promovido pelo BNDS (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) em 1987. Seu maquinário foi vendido, suas instalações desapropriadas e entregues à mercê da especulação imobiliária, o que resultou em abandono de alguns prédios importantes como patrimônio histórico e cultural da cidade de Taubaté.

O C.T.I Jornal

Na década de 1930, aproveitando o momento político do Governo Vargas⁵, a Companhia Taubaté Industrial decidiu editar um jornal exclusivamente para seus operários. A idéia partiu de um diretor da fábrica e também jornalista, Oswaldo Barbosa Guisard, e de um secretário da empresa, João Dias Monteiro.

⁵ Getúlio Vargas dominou a política brasileira de 1930 a 1954, assumindo a presidência da República após a Revolução de 1930, governando até 1937, quando desfechou o golpe que instalou no país o regime ditatorial denominado Estado Novo. Em 1945, foi derrubado por militares golpistas, mas retornou ao governo em 1951 até encerrar sua trajetória, suicidando-se em 1954. Como chefe do Poder Executivo promulgou as primeiras leis trabalhistas e iniciou um processo de industrialização e desenvolvimento econômico com ênfase no setor estatal.



A primeira edição do *C.T.I. Jornal* data de 15 de abril de 1937, quando começou a ser distribuído com uma tiragem inicial de dois mil exemplares, superando as expectativas dos integrantes da diretoria que deliberaram inicialmente confeccionar a metade desse número. Em ocasiões comemorativas, a publicação chegou a circular com tiragem de três mil exemplares. O jornal era impresso no formato 33 por 46 centímetros, com variável número de páginas por edição, nunca inferior a oito, circulando em algumas edições com 16 ou até mesmo 24 páginas, com cinco colunas fixas e fotografias reproduzidas em clichê⁶ de alta qualidade.

Em alguns de seus números, o jornal chegou a ser impresso em papel couché, o mesmo utilizado nos rótulos dos tecidos fabricados pela Companhia Taubaté Industrial. Aliás, a impressão do veículo também era feita na oficina tipográfica da empresa, que também imprimia as embalagens dos produtos. É possível observar em algumas edições do jornal os clichês originais do Morim Ave Maria ou do Cretone Canário, produzidos pela C.T.I. Provavelmente ocupavam espaços em branco, os chamados “calhaus”⁷, ou simplesmente cumpriam a missão de realizar uma propaganda de apelo institucional.

Fato interessante é que o *C.T.I. Jornal* também tinha finalidade educativa e objetivo de integrar o operariado, fazendo-o participar da “família ceteiense”. Nas páginas publicadas ao longo de quase dez anos, constante eram destacados poemas, cartas, charadas e outros textos assinados por funcionários, assim como algumas pequenas biografias na seção “Galeria”, que posicionava o funcionário e dava-lhe identidade dentro da empresa.

Outras seções existentes no jornal eram a médica, a social e a técnica. A primeira, redigida pelo médico e farmacêutico da empresa, apresentava conselhos sobre higiene e utilização de medicamentos, além de relatar o movimento do atendimento médico realizado no mês. A seção social fazia o registro dos acontecimentos da fábrica, como, por exemplo, a cobertura fotográfica das atividades dos funcionários na colônia de férias de Ubatuba, os casamentos e batizados coletivos promovidos pela empresa, entre outros. Já a seção técnica descrevia algumas operações simples para melhorar as condições de trabalho junto ao maquinário da empresa. Mas a maior parte do jornal era composta por editoriais da diretoria e textos escritos por funcionários.

⁶ Conforme Rabaça & Barbosa (1995), clichês são placas de metal, geralmente feitas de zinco, gravadas fotomecanicamente, cuja superfície apresenta todos os pontos que devem deixar impressão no papel, em relevo e em sentido inverso à imagem original. São empregados em tipografia, para impressão de jornais, revistas, livros, anúncios, folhetos etc.

⁷ O termo “calhau” era utilizado em tipografia para designar os espaços onde os gráficos faziam encaixar pequenos textos ou clichês para o fechamento da página a ser impressa.

Na época, o jornal de empresa deveria “instruir e educar” com matérias úteis e de fácil assimilação aos leitores. Estes, de modo geral, alfabetizados, mas com pouca instrução formal, deveriam também possuir valores morais e contribuir para o desenvolvimento da personalidade “sem desvios ou complexos”. Os jornalistas do *C.T.I. Jornal* procuravam pautar os assuntos do cotidiano sempre com comentários, citações ou exemplos de como os funcionários deveriam se comportar ou o que deveriam ler ou fazer no seu horário de descanso. A empresa era sempre colocada em alta, vista como um “bem maior”, e era representada pelo seu fundador, Félix Guisard, que estava acima do bem e do mal.

Apesar de ser destinado à distribuição gratuita entre os funcionários, a partir da trigésima terceira edição – a de 15 de setembro de 1939 – o cabeçalho começou a indicar o valor das assinaturas e dos exemplares avulsos. No entanto, é certo que tal comercialização não rendeu bons frutos, conforme revela Mello Júnior (1983, p. 219): “O irrisório valor certamente teria conotação com possíveis disposições arrocheantes do malfadado D.I.P. [Departamento de Imprensa e Propaganda], vigentes nos ominosos tempos ditatoriais. O fato é que jamais recebeu uma só assinatura”.

Em entrevista concedida, em 1997, ao Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação (NUPEC), da Universidade de Taubaté, o jornalista Geraldo de Oliveira, que trabalhou como redator do veículo de 1937 a 1946, explicou que o preço publicado na capa era uma exigência legal da época, assim como a obrigatoriedade de publicar o expediente do jornal em toda edição. Inclusive, uma das resoluções da ata de fundação define que o periódico deveria ser legislado de acordo com as leis do país e, segundo as declarações de Oliveira, a diretoria fazia questão de cumprir todas as exigências legais para sua circulação, a fim de que ele pudesse ser considerado, realmente, como o órgão noticioso oficial da Companhia. Contudo, é válido ressaltar que o *C.T.I. Jornal* nunca foi vendido, e sim distribuído gratuitamente aos funcionários, enviado a instituições, repartições públicas e órgãos de imprensa de Taubaté e dos quatro cantos do Brasil, além de ser endereçado a outras companhias têxteis do exterior.

Naquelas décadas, também, não havia crítica nem estímulo ao pensamento aberto e democrático. As leis brasileiras eram tratadas como um “grande monumento jurídico”. Não havia uma explicação sobre a situação social do país, nem comentários sobre as mudanças ocorridas através do golpe de Getúlio Vargas: o poder central era elogiado e apontado como responsável pelo crescimento do país e da própria empresa.

Ao tratar de temas mais densos como sindicalismo ou política empresarial, o



jornal utilizava uma retórica emocional. As matérias tratavam, na grande maioria dos casos, de temas ligados à fábrica e os assuntos abordados quase sempre envolviam o dia-a-dia dos operários e de suas famílias. Ao falar da construção de um futuro conjunto residencial, por exemplo, os redatores enfatizavam a importância dos operários se tornarem proprietários e de economizarem para conseguir o intento: a matéria afirmava que os diretores da empresa haviam decidido que chegara o momento para que seus funcionários se tornassem proprietários de suas próprias casas. Na realidade, esta seria mais uma estratégia para “prender” o operário a grande “família ceteense”. Mas o assunto não era abordado desta forma. O importante era economizar.

O mesmo tema também foi utilizado em outros momentos, quando o veículo expunha a idéia que a diretoria havia tido de criar um armazém onde os funcionários pudessem adquirir produtos alimentícios. A empresa iria descontar em folha de pagamento, e o limite para as compras seria imposto.

Em nenhum momento, o jornal abordou de forma real e concreta as relações entre patrão e empregado. Ao contrário, o patrão – Félix Guisard – era sempre destacado como um homem de grande bondade e com espírito aberto e fraternal. Ele seria o “grande pai” de todos os funcionários; a empresa, a “mãe”; e os empregados, os filhos que precisavam ser ensinados e educados. Por isso mesmo, os textos publicados discutiam e reproduziam a ideologia da direção. Em diversos assuntos da política empresarial, o discurso utilizado controlava a vida do operário de todas as formas, principalmente com relação à família, um dos pontos mais importantes que deveriam preservar e mencionar. Por diversas vezes, o núcleo familiar era citado com a finalidade de preservar as tradições cristãs de boa convivência e comportamento.

O *C.T.I. Jornal* teve uma duração expressiva, ainda que por pouco menos que uma década. Encerrou com a edição de número 117, datada de 20 de dezembro de 1946. Seu fim deve-se a divergências políticas entre os diretores da fábrica e o diretor do jornal. Com o falecimento do fundador da Companhia Taubaté Industrial, Félix Guisard, em 1942, grande parte de benfeitorias conquistadas pelos operários foram extintas, como a cooperativa de consumo, a orquestra fabril e os programas sociais. A própria empresa começou a declinar no aspecto cooperativo e o setor administrativo, talvez sem conhecimento de uma estratégia comunicacional, passou a enxergar o periódico como um veículo dispendioso e inútil para seu propósito.

Por conta disso, o jornal, de larga aceitação – não só entre os operários da C.T.I., mas também entre outros cidadãos taubateanos –, deixou de ser confeccionado. A

gráfica onde era impresso foi desativada em janeiro de 1947 e, desde então, nunca mais a empresa foi a mesma.

Fazer jornalismo naquela época era um desafio, mas a Companhia Taubaté Industrial, economicamente bem estruturada, garantia a impressão dos exemplares sem maiores problemas. A colaboração dos empregados fornecia pautas e recheava as edições com a produção intelectual local.

Durante quase dez anos o *C.T.I. Jornal* foi um importante instrumento para estreitar relações entre patrões e funcionários. Jornalismo, capitalismo e poder atuavam juntos nas atividades industriais. O órgão noticioso de empresa tinha como característica informar e formar a opinião do trabalhador: em suas páginas, o operário poderia obter novos conhecimentos, recrear o espírito e receber ensinamentos que lhe seriam úteis.

Fotografia e História: proposta de análise

Logo que foi incorporada aos veículos jornalísticos impressos como um de seus recursos, a fotografia provocou profundas transformações na forma de se conceber os processos midiáticos de produção e recepção. Desde a década de 1880, quando as primeiras revistas norte-americanas começaram a imprimir fotografias em suas páginas, o público-leitor passou a valorizar bem mais o conteúdo iconográfico das publicações do que o texto, a ponto da revista *Collier's*, em 1913, se manifestar: “Hoje em dia é o fotógrafo que escreve a história. O jornalista só coloca o rótulo”. (LACAYO & RUSSEL *apud* SOUSA, 2000, p. 70)

Nesse contexto, há que se levar em conta que a informação presente nas imagens publicadas em um jornal ou em uma revista é o que as constitui como material de fotojornalismo. Esse conteúdo envolve questões técnicas e estéticas, além da notícia, uma vez que o fotógrafo, ao registrar alguma cena ou personagem, captura um momento histórico que servirá de documentação para aqueles que não estavam presentes no momento do fato ocorrido. “O produto final, a fotografia, é, portanto, resultante da ação do homem, o fotógrafo, que em determinado espaço de tempo optou por um assunto em especial e que, para seu devido registro, empregou os recursos oferecidos pela tecnologia”. (KOSSOY, 2001, p. 37)

Ainda é possível afirmar que a fotografia é o instrumento mais fiel de registro da história. Muito embora ofereça à contemplação do leitor apenas o recorte dado pelo fotógrafo, a fotografia consegue refletir o fato documentado da maneira mais concreta possível, conforme destaca Freund (1993, p. 96):

La introducción de la foto en la prensa es um fenómeno de capital importancia. Cambia la visión de las masas. Hasta entonces, el hombre común solo podía visualizar los acontecimientos que ocurrían a su vera, em su calle, em su pueblo. Com la fotografía se abre una ventana al mundo. Los rostros de los personajes públicos, los acontecimientos que tienen lugar en el mismo país y allende las fronteras se vuelven familiares. Al abarcar más la mirada, el mundo se encoge. La palabra escrita es abstracta, pero la imagen es el reflejo concreto del mundo donde cada uno vive.

Sendo assim, a responsabilidade do fotojornalismo consiste em perpetuar os momentos históricos gerados por fatos cotidianos, possibilitando o entendimento do passado e da memória construída pelas imagens e suas conseqüentes repercussões.

Diante disso, a leitura e a análise das imagens publicadas no *C.T.I. Jornal* obedecem, primeiramente, aos pressupostos metodológicos definidos por Coutinho (2005), que norteia o olhar do pesquisador tanto para aspectos técnicos – como posição, cor, perspectiva e enquadramento – quanto para conteúdo e/ou significação, priorizando percepção e interpretação:

Um dos aspectos é o enquadramento da imagem, seja ela estática ou em movimento. O enquadramento indica o recorte feito pelo produtor do registro visual para comunicar sua mensagem, ou em outras palavras, indica quanto a imagem mostra da cena representada. A preocupação com os chamados planos de enquadramento surgiu com os estudos das imagens pictóricas (desenho, pintura), sendo depois apropriada no desenvolvimento das linguagens do cinema, da fotografia e finalmente da televisão. (p. 337)

Num segundo momento, a pesquisa ainda adota as orientações de Mauad (1996), que aponta três passos a serem seguidos na leitura da história por meio da imagem: 1) a compreensão dos códigos e níveis de codificação articulados pela sociedade em que o objeto de estudo se insere; 2) a concepção da fotografia como reflexo de um processo de construção de sentidos, que revelam pistas para se chegar ao que não se pode notar à primeira vista; e 3) a percepção de que o relacionamento entre a foto e quem a olha não é algo automático e leva em consideração a percepção de tal indivíduo.

A fotografia comunica através de mensagens não verbais, cujo signo constitutivo é a imagem. Portanto, sendo a produção da imagem um trabalho humano de comunicação, pauta-se, enquanto tal, em códigos convencionalizados socialmente, possuindo um caráter conotativo que remete às formas de ser e agir do contexto no qual estão inseridas como mensagens. (p. 84)

Além disso, também é necessário observar a distribuição do material nas páginas do jornal, com base na percepção, ordenação e edição de acordo com critérios próprios

do veículo. Afinal, a soma desses elementos é que possibilitará a análise do conteúdo iconográfico, conforme orienta Kossoy (1989, p. 65):

A análise iconográfica, no caso da representação fotográfica, situa-se a meio caminho da busca do significado do conteúdo; ver, descrever e constatar não é o suficiente. É este o momento da incursão em profundidade na cena representada, que só será possível se o fragmento visual for compreendido em sua interioridade.

O material aqui utilizado compreende 31 edições do jornal, selecionadas entre os meses de abril de 1937 a abril de 1942, e um total de 253 fotografias. Dentre elas, destacam-se aquelas cujas temáticas se encaixam nas categorias definidas na pesquisa.

Análise do C.T.I. Jornal

Este trabalho analisa o conteúdo iconográfico publicado pelo *C.T.I. Jornal* desde sua primeira edição (15 de abril de 1937) até o número 60 (5 de abril de 1942). Embora o veículo tenha circulado regularmente até dezembro de 1946, as edições posteriores à última data citada encontram-se deterioradas na hemeroteca da Divisão de Museus, Patrimônio e Arquivo Histórico de Taubaté, o que impossibilitou a continuidade da pesquisa.

Importante reforçar que, à época estipulada para o estudo, o jornal era confeccionado no formato de 330 por 460 milímetros, com média de 12 páginas e textos distribuídos em colunas fixas. As fotografias, reproduzidas em clichês, eram impressas sempre em P&B, uma vez que o veículo era impresso tipograficamente em oficinas próprias da fábrica. Nem sempre as imagens eram estampadas na capa, mas todas as edições contavam com imagens reproduzidas em suas páginas, em número variável.

É possível perceber que boa parte das fotografias repetia imagens antes já publicadas em outras edições, com exceção do primeiro número (15 de abril de 1937). Grande parte dessas imagens constitui-se em “bonecos” (imagens de pessoas em plano americano como nas fotografias em formato 3x4).

Para análise das 253 imagens delimitadas na pesquisa, foram estabelecidas quatro categorias que ilustram a reprodução do dia-a-dia da indústria pelas fotografias do jornal. Entre os temas que reforçam o cenário em que tais imagens foram utilizadas, pode-se destacar: a família ceteiense; o papel do trabalhador; o bom cidadão; o lazer e o descanso do trabalhador; e as benfeitorias conquistadas e/ou oferecidas pela empresa. A partir destes temas, foram estabelecidas as categorias em que as imagens se encaixam: 1) a família Guisard; 2) o cenário fabril; 3) os acontecimentos sociais; e 4) o operariado:

Quadro 1 – Categorias e subcategorias identificadas nas fotografias do *C.T.I. Jornal*

Família Guisard	Cenário Fabril	Acontecimentos Sociais	Operariado
<ul style="list-style-type: none">➤ Repetição➤ Identificação➤ Hierarquia <i>versus</i> acessibilidade➤ Construção da família ceteiense	<ul style="list-style-type: none">➤ Instalações sem figura humana➤ Cenários imponentes➤ Demonstração de poder econômico (idéia de desenvolvimento)➤ Distanciamento de eventuais problemas	<ul style="list-style-type: none">➤ Casamentos➤ Primeira-comunhão➤ Colônia de férias➤ Bodas de Ouro➤ Inaugurações	<ul style="list-style-type: none">➤ Galeria CTI➤ Notas de falecimento➤ Figuras femininas➤ Humor

A partir das subcategorias apontadas foi possível definir quais discursos são estabelecidos pelas imagens trabalhadas em conjunto com os ideais do *C.T.I. Jornal*, levando-se em consideração que o discurso é o efeito de sentido provocado pelas imagens, às quais remetem ao que se diz e ao que significam em relação ao que não se diz, ao lugar social no qual se diz e para quem se diz. Dessa forma, somaram-se às categorias os efeitos de sentido pretendidos pelas fotografias, constantemente identificados ao longo da análise, conforme o que demonstra o quadro abaixo:

Quadro 2 – Construção de sentido sugerida pelas fotografias do *C.T.I. Jornal*

Família Guisard	Cenário Fabril	Acontecimentos Sociais	Operariado
<p>➤ A aparição constante de membros da família Guisard, ora sozinhos, ora em grupos familiares, gera um processo de identificação que remete à idéia de uma família ceteiense à qual pertencem os Guisard e seus funcionários. A presença constante e repetitiva salienta a postura hierárquica ao mesmo tempo em que promove aproximação por meio das imagens estampadas no jornal.</p>	<p>➤ Todas as imagens da empresa remetem a fachadas e perspectivas externas da fábrica e seus prédios e não há registro de figuras humanas. A idéia recorrente de imponência e grandeza dá uma dimensão de poder e crescimento econômico, mas simula distanciamento dos problemas que deveriam ocorrer na dimensão humana da fábrica.</p>	<p>➤ Boa parte dos acontecimentos registrados remete aos ideais cristãos da época (obediência às tradições impostas pela Igreja Católica). Os eventos destacados nas imagens são celebrações de primeira-comunhão, casamento coletivo e celebrações religiosas de bodas e inaugurações. Há também registros do período de férias proporcionadas coletivamente aos funcionários na cidade de Ubatuba, que sugerem uma preocupação com o bem estar comum.</p>	<p>➤ As imagens de funcionários são destacadas na seção “Galeria C.T.I.” como uma homenagem aos trabalhadores. Em outras seções, os funcionários só aparecem em casos de falecimento (dando a impressão de oferecer uma forma de reconhecimento por parte dos colegas), ou ainda nas páginas destinadas à sátira e ao humor, onde as fotografias são utilizadas de forma a ridicularizar determinados personagens. Há ainda o destaque significativo à imagem feminina.</p>

Como forma de salientar a análise proposta foram destacadas algumas fotografias do *C.T.I. Jornal* que remetem diretamente aos efeitos de sentido definidos no quadro anterior. Tal seleção teve como critério a observação das categorias, das subcategorias e do discurso promovido de acordo com cada uma delas, para as quais foram selecionadas duas edições e suas respectivas fotografias.

A primeira análise se deu sobre a fotografia publicada na página 7 da edição de 27 de setembro de 1938. Acompanhada do título “Recordação”, mostra a reunião da família Guisard na ocasião do aniversário de Félix Guisard, comemorado quatro anos antes, em 22 de janeiro de 1934. Na típica fotografia de álbum de família, a imagem mostra os patriarcas e descendentes de várias gerações postados diante de imponente escadaria da mansão dos Guisard na cidade de Taubaté. A fotografia ocupa quase toda a extensão da mancha gráfica do jornal e reflete o clichê de altíssima qualidade, de maneira que é possível ver com detalhes os elementos componentes da imagem. A utilização da fotografia – identificada na legenda como registrada quatro anos antes da edição do jornal – dá a dimensão do quanto importava constituir a “família ceteiense”, reforçando os laços familiares como valores prezados pela empresa em qualquer momento. Os elementos constitutivos do cenário indicam – por meio da admirável escadaria, das colunas e pilares que a rodeiam, bem como da majestosa fachada da mansão – os valores da própria empresa, remetendo à solidez, à importância, à estrutura resistente que identifica os membros da família no lugar onde estão.

Outra fotografia escolhida para análise desta categoria está estampada na página 8, da edição de 15 de outubro de 1938, e é relacionada ao título “No Palacete Guisard”. Conforme indicado na legenda, trata-se do registro de uma visita feita pelo então bispo da Diocese de Taubaté, Dom André Arcoverde, ao casal Félix e Janne Guisard, na ocasião de suas bodas de ouro. Acompanhados de outros membros da família – entre adultos e crianças –, os dois foram fotografados ao lado do epíscopo, num ambiente visivelmente suntuoso. Por essa razão, ao mesmo tempo em que a imagem convida o leitor a participar do convívio dos Guisard, a postura dos personagens – com certo ar de soberba – e o cenário captado pela lente da câmera mostram com propriedade a superioridade dos dirigentes da C.T.I., implicando, assim, numa sensação de respeito por parte dos funcionários. Além disso, a presença da Igreja Católica no episódio registrado, representada pela figura do bispo, sugere a proximidade com o poder, ou seja, mostra a forte ligação daquela família com outras instituições detentoras do controle social. O que mais se pode destacar, porém, são os objetos de decoração do

palacete, tais como os móveis, tapetes, cortinas, candelabros e espelhos extremamente requintados, que, mais uma vez, sugerem hierarquia e poder.

Para a análise do cenário fabril, foram escolhidas outras duas imagens. A primeira foi publicada na página 3 da edição de 15 de abril de 1937 e retrata o primitivo espaço físico com a qual contou a Companhia Taubaté Industrial, ainda em 1891. A peculiar fachada de prédio industrial, idêntica aos padrões europeus da época, é estampada sem nenhuma figura humana próximo a ela, o que desperta sensação ausência de qualquer ação em seu contexto. Isto é, apresenta a seriedade do lugar, mas afasta os possíveis problemas que poderiam ser levantados pelo imaginário do público-leitor caso exibisse uma linha de produção. Além disso, por dar destaque a uma imagem que, naquela data, já contava 36 anos, também ressalta o interesse da C.T.I. em preservar sua memória institucional e, em decorrência, resguardar o patrimônio arquitetônico da cidade onde se instalou.

Já a segunda foto da categoria foi manchete de 4 de maio de 1941, data em que a empresa comemorou seu cinquentenário de fundação. Ocupando quase metade da página, apresenta a vista aérea do grande complexo que já havia sido formado naquela ocasião, dando visibilidade ao progresso e ao desenvolvimento que despertara em Taubaté durante o meio século em que se manteve ativa. A perspectiva panorâmica recortada pelo fotógrafo ainda destaca as proporções do cenário fabril em relação ao restante do espaço geográfico retratado: a sugestão é que mais da metade da região ali ilustrada – ou seja, o centro da cidade – é tomada pela fábrica; logo, indica que a toda e qualquer movimentação econômico-social do município gira em torno da empresa. Outro ponto relevante é uma grande torre-apito, utilizada para controlar os horários de entrada e saída do funcionário. Por situar-se exatamente no centro da área fotografada, também dá a entender que até o cotidiano dos moradores do local acompanha a rotina da indústria.

Diferentemente dos demais, o tópico “Acontecimentos Sociais” contemplou a análise de três exemplares do *C.T.I. Jornal*. Em 22 de janeiro de 1940, a página 4 trouxe duas fotos significativas, em plano geral, que remetem a cerimônia de casamento coletivo promovido pela empresa, no mês anterior, para oficializar a união civil de 76 casais de operários, até então matrimoniados apenas no religioso. Fato histórico e memorável, por assim dizer. Na primeira imagem, as figuras austeras do juiz de paz, de Félix Guisard e outros homens engravatados que compunham a mesa diretora da assembléia; na outra, uma visão dos casais, vestidos humildemente, com semblantes

felizes como que expressando gratidão por aquele momento proporcionado pela diretoria: em ambas, o sentimento paternalista que vigorava na Companhia Taubaté Industrial, ou seja, até mesmo a vida íntima dos funcionários daquela indústria têxtil era dominada pela figura do patrão. Tal sensação também se faz presente nas três fotografias publicadas à página 3 da edição de 15 de julho de 1941. Desta vez, entretanto, a preocupação do “zeloso” empregador é com o descanso de seus funcionários, sentimento ilustrado nos rostos sorridentes daqueles que puderam gozar de férias na cidade litorânea de Ubatuba (SP). Com trajés comuns à época, os funcionários foram fotografados em cenas que revelam o interesse da empresa pelo bem-estar comum, já que foram agraciados com a possibilidade de se divertir à custa da empresa. O resultado: descontração e aventura, como bem apresenta a cena da pescaria de um enorme peixe. A última fotografia analisada é a da página 4 de 22 de outubro de 1940. Assim como as demais, manifesta a preocupação da Companhia pela vida de seus colaboradores, mas também reforça a valorização da moral e dos bons costumes impostos pela Igreja Católica: trata-se do retrato das crianças ceteienses no dia de sua primeira-comunhão, na porta de uma igreja, acompanhadas do Bispo. A importância dada à fé cristã em tal imagem remete à seriedade esperada de uma instituição na década de 1940, época em que o esmero pela religião era o que caracterizada as “pessoas bem”.

Por fim, o operariado também era um tema regularmente tratado nas páginas do *C.T.I. Jornal*, até porque tal veículo era destinado a esse público. Entretanto, suas faces figuravam em quatro ocasiões, basicamente: na seção “Galeria C.T.I.”, em notas de falecimento, em homenagens ou em edições que valorizavam a atuação feminina na linha de produção da fábrica. No dia 15 de abril de 1940, a página 8, denominada como “Página da Saudade”, destaca 13 colaboradores já falecidos, com fotografias em forma de “boneco”. Curioso notar que, apesar de cultivar a memória de funcionários comuns, os destaques da página são para três homens que carregam o sobrenome do proprietário da empresa. A contemplação de tal espaço editorial leva a refletir sobre o estima cultivada pela Companhia Taubaté Industrial com relação a seus funcionários, que, mesmo depois de mortos, ainda tinham seu trabalho reconhecido e valorizado. Também reforça a prioridade dada àqueles que compunham o clã dos Guisard, que, tendo seus rostos igualados com os operários mais humildes, contribuía para a construção de um sentimento familiar: todos, afinal, eram membros da “família ceteiense”. Já a edição de 4 de maio de 191 apresenta, à página 4, uma galeria de 10 figuras femininas, fotografadas

em plano denominado close. É possível identificar, claramente, que se trata de uma homenagem à cooperação feminina da indústria têxtil, responsáveis pela produção dos principais produtos oferecidos pela C.T.I. Numa época em que ainda não havia leis trabalhistas em vigor e que o trabalho da mulher era sub-valorizado, o rol de fotografias sugere o respeito e a valorização dada àquelas que contribuía com o desenvolvimento da empresa. Além disso, as imagens promovem sensação de igualdade de oportunidade com relação aos homens, levando ainda a um sentimento de admiração às mulheres, que conseguem conciliar vida familiar e funcional e ainda alcançar bons resultados para a organização.

Com base nesse recorte, detalhado pelas nove edições citadas, é que se traçou um diagnóstico de como a sociedade taubateana – especialmente os funcionários da Companhia Taubaté Industrial – enxergavam a indústria nas décadas de 1930 e 1940. Essas conclusões serão compartilhadas a seguir.

Considerações finais

Tendo em vista a idéia de que a fotografia reflete efeitos de sentidos despertados pelo imaginário de quem a contempla, acredita-se que o conteúdo iconográfico publicado pelo *C.T.I. Jornal*, ao longo de quase dez anos, reforçou em seu público-leitor os valores que a diretoria da fábrica acreditava serem essenciais para a vida: a família, o trabalho e o lazer. Por isso mesmo, todas as imagens estudadas contribuem para uma melhor compreensão sobre como era o dia-a-dia da Companhia Taubaté Industrial, numa época em que não era comum que a empresa se preocupasse com o bem-estar de seus funcionários e valorizasse o trabalho realizado por eles.

Época conturbada, marcada pela voz e pelas ações de um mito nacionalista, conhecido como “pai dos trabalhadores e edificador da grande nação brasileira”, o final da década de 1930 e o início da de 1940 também foi palco para a intervenção do verdadeiro “pai” dos trabalhadores taubateanos: Félix Guisard. Sua imagem foi a que mais vezes apareceu nas páginas do *house organ* de sua empresa, acompanhada sempre de discursos repetitivos de como ser um bom trabalhador, um bom cidadão e de como agir no cotidiano – até mesmo nas horas de lazer. O presidente da Companhia Taubaté Industrial era um exemplo a ser seguido.

O jornal também reproduzia o cotidiano como forma de criar uma identidade e estabelecer o diálogo da empresa com os trabalhadores. Em suas páginas, era comum reconhecer a família ceteiense (diretoria, funcionários e familiares), e o bom cidadão,



moldado cívica e profissionalmente, como pôde ser averiguado pelas imagens selecionadas. A preocupação da empresa com a vida íntima dos operários – haja vista a promoção de cerimônias de primeira comunhão e casamentos coletivos – reforçava os princípios da Companhia, assim como o lazer e o descanso que a empresa também era capaz de proporcionar aos seus colaboradores, também revigoram esse sentimento.

O estudo das fotografias do *C.T.I. Jornal* possibilitou uma nova visão sobre a configuração da indústria em Taubaté na primeira metade do século 20: uma instituição focada na manufatura e na vida da sociedade em que estava inserida. Além disso, também elucida a postura autoritária e ao mesmo tempo benevolente da família Guisard, que, até hoje, é respeitada e reverenciada pela população taubateana.

Bibliografia

ANDRADE, A. C. A.; ABREU, M. M. **História de Taubaté através de textos**. Taubaté, SP: Prefeitura Municipal de Taubaté/Minerva, 1996.

COUTINHO, I. Leitura e análise de imagem. In: DUARTE, J; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa e Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FREUND, G. **La fotografía como documento social**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1993.

HOFF, E.; RIBEIRO, S. M. P. O perfil empresarial do C.T.I. Jornal. **Acervo Mídia Regional**: Revista do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação da Universidade de Taubaté. Taubaté, SP, n. 1, p. 63-77, 1º sem. 1997.

KOSSOY, B. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

_____. **Fotografia e História**. São Paulo: Ática, 1989.

MAUAD, A. M. Através da Imagem: Fotografia e História, Interfaces. **Tempo**: Revista da Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, ano 1, vol 1, n. 2, p. 73-98, 1996.

MELLO JÚNIOR, A. **Imprensa Taubateana**: contribuição à sua história. Taubaté, SP: Egetal, 1983.

OLIVEIRA, E. F. **Discurso autoritário e reprodução do cotidiano no jornalismo empresarial**: o caso 'C.T.I. Jornal' (1937-1946). 2003. 124 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1995.

SOUSA, J. P. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó/ Florianópolis, SC: Grifos/ Letras Contemporâneas, 2000.