

# As fotografias *cartes de visite* e a construção de individualidades

Marcelo Eduardo Leite

## Resumo

Este artigo pretende apresentar as fotografias dos processos de construção da representação de modelos e estereótipos sociais na segunda metade do século XIX no Brasil. Nesse sentido, mostramos as transformações técnicas e seus novos usos e funções são analisadas.

*Palavras-chave:* Fotografia, retrato, século XIX.

## Abstract

This article presents the photographs of construction processes of representation and models of social stereotypes in the second half of the nineteenth in Brazil. In this sense, we show the technical changes and their new uses and functions are analyzed.

Key-words: Photography, portrait, nineteenth century.

## Apresentação

O presente artigo tem como objetivo mostrar as revolucionárias fotografias *carte de visite* que deram grande impulso na difusão do uso da fotografia na demarcação de valores individuais. Se hoje, a sociedade nos faz ver com naturalidade as emanções de modelos sociais individualizados e que se projetam nos ambientes coletivos, demarcando territórios e acentuando diferenças, isso teve seu início mais profundo na emanção da sociedade dividida em classes. Esse jogo demarca lugares e, também, nos devolve um tipo de limitação por meio dele. Usamos ferramentas coletivas para inventarmos o único, para depois nos entregamos a uma luta constante a fim da própria manutenção desta inverdade construída da auto-representação. Se, este é um jogo de aparências que nos acostumamos a conviver, seja no contato com os modismos que muitas vezes nos atropelam, ou na nossa própria necessidade numa pluralidade demarcada, nem sempre foi assim.

Se, atualmente, são as redes sociais que dão o tom desta multiplicação de personagens, na segunda metade do século XIX, foram às criações e inovações de um tipo de fotografia, as cartas de *visite*, que o fez. Este artigo pretende apresentar as características desta mídia, fruto de uma transformação técnica, que fez a imagem fotográfica pela primeira vez ocupar este espaço.

## Uma nova mídia no século XIX

Desenvolvidas pelo francês André Disdéri, no ano de 1854, as *cartes de visite* são fotografias que carregam dentro de si a função de ampliar o campo de ação dos retratos fotográficos, fazendo isto com o uso de novas formas de uso das técnicas já existentes, como o negativo de vidro em *colódio úmido* e a cópia em papel albuminado. Disdéri, filho de um imigrante que se muda para Paris, no intento de fazer fortuna, é “(...) o primeiro a apreender as exigências do momento”, já que ele percebe que a fotografia, por ser “(...) muito cara, era apenas acessível à reduzida classe dos ricos”. Cioso da importância operacional do estúdio como um fator determinante para o seu sucesso comercial, ele constata que os elevados preços cobrados, devido ao uso de grandes formatos, além de não permitirem acompanhar a vontade popular, obrigam o fotógrafo a despender mais tempo no processo de revelação. Ao compreender essas variantes, o que revela o seu tino prático e comercial, ele percebe “(...) que o ofício não daria resultados, a menos que conseguisse alargar a sua clientela e aumentar as encomendas de retratos” (FREUND, 1986, 69). É quando tem a idéia de desenvolver as *cartes de visite*.

Os retratos, medindo aproximadamente 5 x 9 centímetros, tem como principal inovação o fato de serem produzidas em série, a partir de um sistema de lentes múltiplas. O que permite ao cliente sair do ateliê fotográfico com uma série de imagens idênticas, nas quais se explicita a projeção pessoal do retratado. O retratado pode adquirir 12, 24 ou 36 imagens iguais, podendo, inclusive, voltar ao ateliê para encomendar mais cópias, já que o negativo fica arquivado no estabelecimento. Uma vez com sua série de imagens nas mãos, o cliente divulga esta sua imagem construída. Como o próprio nome diz, ela é um “cartão de visita”. É dada como lembrança e, muitas vezes, trocada entre as pessoas.

Uma das principais inovações das *cartes de visite* é o retrato de “corpo inteiro”, o que implica cercar o retratado de “(...) artifícios teatrais que definem seu *status*, longe do indivíduo e perto da máscara social, numa paródia de auto-representação (...)”, onde se unem realismo e idealização. Estes retratos são a forma mais completa de junção da série de elementos mobilizados na elaboração da cena fotográfica. São também neles que os clientes podem introduzir a sua própria indumentária, trazendo desde objetos cotidianos à roupa do dia-a-dia, podendo ostentar traços da moda desejada, já que os ateliês oferecem vestimentas, muitas vezes inacessíveis aos

clientes. A verdade é que estas pessoas, procuram, por meio desses objetos, contar a sua própria história: muitos querem ser retratados com as suas ferramentas de trabalho, com seu ícone pessoal. Estes retratos agregam os fragmentos da personalidade do indivíduo, que são incorporados e reincorporados na sala de poses, que é o local onde se estabelece a construção individual (FABRIS, 1991, 21).

Atendendo às demandas sociais, é evidente que a reprodução dos valores da nova ordem política e social que o mundo vive na segunda metade do século XIX, o uso destas fotografias para a construção da auto-imagem de parte da população, torna-se um filão recorrente dos ateliês fotográficos, e mesmo as classes inferiores da sociedade, em menor escala, almejam participar dos novos rituais de representação. Modelos típicos desse ‘novo homem’ são difundidos e, em muitos casos, as representações não conseguem esconder as diferenças de classe, ao contrário, as posições sociais são flagradas, apesar da *mis-en-scène*. As fotos denunciam que o pobre ao se travestir de rico acaba refém de uma pose demasiadamente rígida e, em grande parte dos casos, podemos notar um certo desconforto do retratado diante da indumentária em geral oferecida pelos ateliês. Algumas das vestes usadas são as oferecidas pelo ateliê aos clientes, vindo, inclusive, descosturadas para serem adaptadas ao corpo do retratado, o que evidencia a conjugação entre realidade e ficção, verdade e sonho, imposição social e vontade individual. Tudo isso numa sociedade - dividida em classes e em universos distintos de homens e de mulheres, de adultos e de crianças -, que tem na moda um dos fatores determinantes para a representação de valores e papéis sociais.

Diante do exposto, fica evidente que, para entendermos o dia-a-dia dos profissionais da fotografia no século XIX, e os retratos *cartes de visite*, devemos considerar o grau de importância da técnica no desenvolvimento do ofício. Constatamos também o papel da subjetividade contida na relação entre retratado e retratista, que assume uma importância cabal no ato fotográfico. Ao procurar o profissional da fotografia, a vontade do cliente é, sem dúvida, uma das determinantes do registro fotográfico. Discutindo acerca dos seus anseios, o retratado estuda com o fotógrafo as possibilidades de construção do registro, do ponto de vista técnico e simbólico. Esta relação entre retratista e retratado se dá sob num contexto social permeado por valores culturais.

Neste sentido, devemos crer que as fotografias são materiais produzidos socialmente e, portanto, fruto das condições oferecidas pela realidade social que

permeia sua produção e difusão. Assim, devemos relevar que estas imagens podem conter informações que estão extremamente ligadas diretamente às formas de interpretação e leitura que o contexto nos quais elas se originam elabora. Seguindo os passos de Boris Kossoy, devemos considerar que outro ponto importante é a identificação dos *componentes estruturais* da fotografia. Ou seja, os elementos constitutivos da imagem, tais como o assunto, a tecnologia e o fotógrafo. Este último sendo aquele que, movido por razões de ordem pessoal ou profissional, desenvolve seu trabalho dentro de um complexo processo, onde a cultura, a estética e a técnica resultam na expressão fotográfica. Assim, o *espaço* e o *tempo* são coordenadas de situação, e *assunto*, *tecnologia* e *fotógrafo*, os elementos constitutivos da imagem que geram a fotografia. Estariam assim o *espaço* e o *tempo* diretamente ligados ao contexto histórico específico da imagem (KOSSOY, 1999, 25-9). A preocupação em compreender a técnica fotográfica e suas variadas formas de uso - aprofundando as implicações específicas, com atenção às particularidades do processo social em questão – é diretamente tributária dos conceitos de *tempo* e *espaço*, elementos constitutivos da imagem. Desse modo, o processo criativo do fotógrafo é a ponta final das outras variantes do processo de formação da imagem. Sendo, o processo de criação do fotógrafo, aquele que engloba uma aventura estética, cultural e técnica, que dá origem à representação fotográfica. Esta colocação entra em sintonia com uma afirmação de que o fotógrafo atua como um ‘filtro cultural’, entendendo que fotografar é tomar uma atitude diante da realidade, fazendo uso dos estados de espírito e da ideologia, elementos que, segundo ele, transparecem na fotografia (KOSSOY, 1989, 27).

Estaria assim a materialização destas imagens fotográficas, envolvidas numa verdadeira trama: para entendê-la, temos que desmontar seus elementos constitutivos, divididos entre os de ordem material - tais como os técnicos, ópticos e químicos - e os imateriais - mentais e culturais. Os imateriais se sobrepondo aos materiais dentro do complexo processo de criação da imagem fotográfica.

O que os fotógrafos nos apresentam, portanto, não são meros reflexos do real, mas representações da realidade, constituídas por suas lentes e por seu olhar. Mas o desafio que aqui se estabelece é trazer estas discussões para os retratos do século XIX, já que são raros os instrumentos de análise que abordam especificamente as composições estabelecidas na sala de poses e é necessária uma reflexão mais profunda deste objeto específico. Assim, é nosso objetivo tentar iluminar alguns

caminhos que nos permitam uma aproximação para com estas imagens, dando os passos iniciais para uma reflexão mais aprofundada. É neste cenário que surgem tais imagens.

## As características das *cartes de visite*.

Como vimos anteriormente, as *cartes de visite* tem características próprias, além das já mencionadas, elas também tem uma lógica detalhada da produção e difusão das imagens. Nas *cartes de visite* as pessoas posam, em geral, individualmente. Os retratos são feitos mostrando o modelo de ‘corpo inteiro’, ‘meio corpo’ e de ‘busto’, como podemos observar nos exemplos das figuras 1 e 2, feitas nos ateliês de Insley Pacheco (Rio de Janeiro) e Photographia Allemã (São Paulo), respectivamente.



Figura 1



Figura 2

Nos retratos de ‘busto’ (Figura 3) ou de ‘meio corpo’ (Figura 4), o retratado se posicionava mais próximo da objetiva e, assim, a expressão facial ganhava destaque. A mobília tem, nesse caso, a função de acomodar o indivíduo. Principalmente para o apoio dos braços, deixando o tronco mais elevado. O padrão era aquele oriundo da tradição dos retratos feitos na pintura, representação já

solidificada socialmente como manifestação de *status*. A relação existente entre a pintura e a fotografia mostrava-se explícita, não só pela migração de pintores à nova profissão, mas também pelo fato de a fotografia herdar valores canônicos das artes plásticas. Algumas imagens, inclusive, faziam o formato anteriormente usado na pintura.



Figura3

Ainda, com relação à herança da pintura, Maurício Lissovsky, alerta que, as poses e gestos usados nos retratos, repetem aquelas que já empregadas pelos pintores e que foram “(...) herdadas da pintura, dos livros de etiqueta e toda literatura sobre aparências muito difundida no século XVIII” (LISSOVSKY, 2005, p. 205). As principais diferenças entre a pintura e a fotografia estão em dois pontos distintos: 1) a ordenação de objetos reais ao redor do retratado e 2) o custo muito mais baixo. Com relação ao ato de preparação para a cena, Peter Burke faz uma observação bastante interessante, referindo-se ao fato de, na pintura, o retratado transformar o registro numa oportunidade diferenciada de afirmação. Segundo ele:

*“(...) os modelos geralmente vestiam suas melhores roupas para serem pintados, de tal forma que os historiadores seriam desaconselhados a tratar retratos pintados como evidência do vestuário cotidiano” (BURKE, 2004, p. 35).*

Assim, como ocorre nas *cartes de visite*, a pintura também faz uso da ordenação dos objetos para, com eles, buscar determinadas representações. Na verdade, o que ocorre é uma troca de influências; nas palavras de Cristina Costa, “se, num primeiro momento, a fotografia parece se desenvolver a reboque da pintura (...)”, com o passar do tempo é a fotografia que acaba influenciando as artes plásticas, servindo até de modelo pros retratistas (COSTA, 2002, p. 96).

No caso das fotografias, elas remetem claramente a uma sociedade em que os papéis sociais são bem demarcados, e a manutenção das posições ocupadas é prioritária. Portanto, não é difícil compreender o quanto essa nova técnica interfere na vida cotidiana da população. Esse fato não é observável somente no ambiente no qual vive o indivíduo, já que outra característica é a grande circulação das imagens. Sobretudo, o que estava em jogo era a necessidade de perpetuar a ascensão social. Essa projeção, sem dúvida, cobrava do retratado o conhecimento e a assimilação dos códigos vigentes. A difusão de um modelo padrão, para Annateresa Fabris, se deve à intenção de se construir uma identidade social, convertendo a junção dos elementos construtivos da cena idealizada numa forma emblemática do modelo burguês. Com relação à nova era fundada por Disdéri, a autora comenta que:

*“À diferença do interesse pelo rosto do modelo, que era o traço característico dos fotógrafos que o haviam antecedido, Disdéri prefere representar seus clientes de corpo inteiro, para enfatizar a teatralização da pose. Cria, para tanto, um sistema preciso, no qual um papel fundamental é desempenhado pelo traço abstrato do ateliê. Nele tem lugar a formalização da imagem, feita tanto de elementos técnicos quanto de truques retóricos” (FABRIS, 2004, p. 30).*

Nesse sentido, o ateliê torna-se o espaço por excelência para a construção da imagem idealizada, configurando-se num local que deve criar mecanismos para atrair a clientela. À época, a vitrine dos estabelecimentos destaca os retratos ali realizados, enquanto na sala de espera procede-se à consulta dos álbuns demonstrativos, seguida das escolhas quanto à pose, mobília e vestimentas. Em alguns casos, o retratado opta pela repetição total da composição, copiando a mobília, estatueta e painel de fundo.

Toda essa *mise-en-scène* exige um processo bem elaborado, cuja meta primordial é o conforto do cliente, principalmente se considerarmos o longo período que o retratado permanecia no estabelecimento até o término do serviço (SAGNE, 1984, p.187). Ou seja, o ateliê é o espaço da idealização da imagem que o indivíduo busca e, evidentemente, essa é obtida, por meio das condições oferecidas e pelos modismos reinantes. As divisões entre os setores do estabelecimento revelam as variantes que devem ser trabalhadas tendo como objetivo um bom retrato.

Se, a bem da verdade, existe uma escolha dentre padrões definidos, não podemos ignorar que existem opções que são do retratado. Uma vez definida a composição do retrato, a roupa, a pose, restava a ele dirigir-se à sala de poses, o local do ateliê onde se constrói a cena fotográfica; é o espaço onde alguns elementos básicos se impõem para o seu funcionamento, tais como:

*“(...) telões pintados com decorações exóticas e barroquizantes, colunas, mesas, cadeiras, poltronas, tripés, tapetes, peles, flores, panejamentos, para criar imagens de opulência e dignidade” (FABRIS: 91, p. 21).*

Os painéis colocados ao fundo variavam, na maioria das vezes, entre dois ou três modelos; alguns ofereciam a perspectiva de grandes espaços arquitetônicos, propondo a idéia de profundidade. Outros apresentavam paisagens, sobretudo de inspiração européia. Também, em alguns casos, costumava-se usar cortinas ao lado dos painéis, sendo que a variação do tipo de ornamento dependia dos modismos do momento, segundo demonstram os exemplos das figuras 4, de autoria de A. P. Ramires Y Ca, de Lima (Peru) e figura 5, do fotógrafo Henrique Rosén, de Campinas (Brasil).





Figura 4



Figura 5

Outra questão relevante refere-se à ratificação de papéis sociais mediada pelo uso da fotografia, como por exemplo, quando mulheres e homens aparecem expondo a sua condição familiar, de mãe ou pai, como podemos ver nos exemplo da figura 6, feitas nos ateliês Fotografia Montevideo (Uruguai).



Figura 6

Podemos imaginar, então, essas imagens estrategicamente guardadas no bolso do paletó do homem que sai às ruas, agora, provido de sua própria auto-representação e amparado por sua ‘propaganda’ pessoal. Pequenas fotografias que traduzem histórias de vidas, articuladas ao jogo, estratégico e irreversível, da sociedade capitalista, em que se misturam desejo e realismo, ficção e história, representação individual e de classe. A partir do momento que a família de classe média vai adquirindo importância na emergente sociedade de classes, as *cartes de visite* exercem a função de comprovantes dessa condição, assumindo o papel antes exercido pela pintura para a aristocracia (PULTZ, 1995. P. 18).

A nova realidade que se esboça, cujo pano de fundo é a escalada da produção industrial, traz a marca das inovações nos equipamentos fotográficos, que ocorrem com grande rapidez. Paralelamente a elas, difundem-se os manuais fotográficos, que se colocam como uma necessidade de mercado.

Desenvolvidos em larga escala, e divulgados em todo o mundo, os manuais difundem as novas técnicas de uso das câmeras e os produtos necessários ao processo fotográfico, bem como as técnicas para a construção dos ateliês e até os conceitos básicos da relação comercial entre o fotógrafo e a sua clientela. Assim, além desta gama de produtos voltados a difusão da *carte de visite*, nesse período se delineia o perfil do profissional da fotografia. Popularizam-se a fotografia, o fotografado e o fotógrafo. Dezenas de manuais publicados e equipamentos mais modernos permitem que pessoas com pouco conhecimento técnico trabalhem nesse novo mercado.

Alguns manuais indicam como posicionar o olhar do retratado; outros dão sugestões de como posicionar o cliente diante da parafernália da sala de poses, apoiando o modelo nos móveis e pilares ou balaustradas da cena fotográfica. Outro ponto muito interessante, com relação à composição cênica, radica no fato de os fotógrafos muitas vezes se inspirarem nos retratos feitos pelos pintores, reproduzindo as formas de representação e composição. Em muitos casos, o fotógrafo fazia mais de uma tentativa, buscando chegar à pose ideal.

Determinados casos permitem notar que alguns objetos, livros, por exemplo, além de validarem a representação simbólica, simultaneamente possuem a função de adequação do corpo do retratado. No cerne desse jogo de tantos elementos um padrão vai se moldando. Walter Benjamin entende que esta lógica e conjunto de regras, ordenados por uma seqüência de medidas ligadas a execução da fotografia,

provocam um semblante sério nos indivíduos. Fato agravado pela necessidade de imobilizar o modelo, devido ao longo período de exposição (BENJAMIN, 1994, p. 92-96). No exemplo a seguir, vemos como o mesmo modelo de *carte de visite*, emoldura duas formas de deixar-se ver, já que, em ambas as fotografias, apenas o painel de fundo é usado de forma repetida. Reordena-se parte do aparato cênico, mas se mantém parte da composição, conforme demonstram as figuras 7 e 8, ambas de E.E. Busk.



Figura 7



Figura 8

Assim, notamos que a ornamentação, além de impor padrões em voga, serve para “(...) assegurar tecnicamente a qualidade da imagem com a utilização de pontos de apoio com as peças decorativas” (TURAZZI, 1995, p. 16). Do ponto de vista decorativo, nos retratos de corpo inteiro torna-se nítida a forma mais completa de junção da série de elementos mobilizados na elaboração da cena fotográfica. São neles, também, que os clientes podem introduzir a sua própria indumentária, trazendo desde objetos cotidianos à roupa do dia-a-dia, podendo ostentar traços da moda desejada e, muitas vezes, inacessível. Procuram, por meio desses objetos, contar a sua história: muitos querem ser retratados com as suas ferramentas de trabalho, com seu ícone pessoal. Os ‘retratos de corpo inteiro’

agregam os fragmentos da personalidade do indivíduo, que são incorporados e reincorporados na sala de poses, local onde se estabelece a construção individual.

Desenvolvidas para democratizar o acesso à imagem fotográfica, nas *cartes de visite* é constante a preocupação em explorar o papel social do indivíduo e, em muitos casos, observamos nelas a importância da representação da profissão exercida pelo retratado. É comum, por exemplo, encontrar *cartes de visite* retratando religiosos, nobres, profissionais liberais e camponeses, entre outros, o que faz sentido diante de uma sociedade como a do século XIX, que reordena valores individuais e imprime maior liberalidade ao homem.

Numa circunstância em que os elementos da vida burguesa são difundidos com rapidez, as representações de *status* ganham importância diante de uma nova realidade que acena para a possibilidade de ascensão social. Forma-se, assim, uma sociedade:

*“(...) em que as relações sociais estão sujeitas a freqüentes mudanças no tempo e no espaço; em que predomina uma variedade muito grande de critérios de julgamento; em que as demarcações sociais não são intransponíveis e a comunicação entre os grupos é uma regra (...)”*(SOUZA, 87, p. 47).

Nesse contexto, a vestimenta adquire enorme importância e passa a participar da construção dessa nova ordem. A fotografia, aliada à moda, passa a interagir no processo de construção e representação de novos valores. Nas palavras de Gilda de Mello e Souza, a moda serve:

*“(...) à estrutura social acentuando a divisão de classe; reconcilia o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós (necessidade de afirmação como pessoa) e o socializador (necessidade de afirmação como membro de grupo) (...)”* (SOUZA, 87, p. 47).

É também quando se evidencia de forma clara a moda masculina e a moda feminina, mostrando um reflexo dos novos papéis sociais, significativos da divisão dos dois mundos. A roupa não só contribui para a afirmação dos valores sociais; ela é, antes de tudo, o reflexo e expressa a maneira de ser desse novo homem. Atentos aos novos valores estéticos da sociedade, os fotógrafos percebem a sua importância e procuram explorar, ao máximo, a roupa do retratado.

Numa sociedade de aparências, e sendo espaço que atende às demandas sociais, é evidente que a reprodução dos valores da nova ordem torna-se um filão

recorrente dos ateliês fotográficos e mesmo as classes inferiores da sociedade almejam participar dos novos rituais de representação. Modelos típicos desse ‘novo homem’ são difundidos e, em muitos casos, as representações não conseguem esconder as diferenças de classe, ao contrário, as posições sociais são flagradas, apesar da *mis-en-scène*.

Ao se tornarem espaço para uma projeção social desse nível os ateliês se afirmam comercialmente, difundindo os seus serviços pela propaganda dos próprios cartões. Na construção da publicidade, o espaço dos cartões é aquele utilizado tanto pelo fotógrafo como pelo cliente para vender sua mensagem. Com relação ao estabelecimento, os cartões vinham com uma mensagem específica, voltada muitas vezes a um segmento, como podemos observar no símbolo maçônico presente sobre o emblema do fotógrafo C. Paulsen, da Dinamarca; ou, no segundo exemplo, onde vemos a divulgação dos prêmios recebidos, como fez Fonseca & Ca, do Porto (Portugal) (figuras 9 e 10).



Figura 9



Figura 10

Do ponto de vista publicitário, outra utilização do espaço dos cartões figura como o alerta para o fato de tais fotografias serem acessíveis a um segmento maior, buscando o alargamento da clientela, como podemos ver no exemplo a seguir, divulgando que o estabelecimento tem “retratos de todas as classes”. O objetivo

explícito é esclarecer aos consumidores que o ateliê tem uma variedade de produtos que atende todos os bolsos, como podemos ver no detalhe da figura 11, do ateliê A. P. Ramires y Ca., de Lima (Peru).

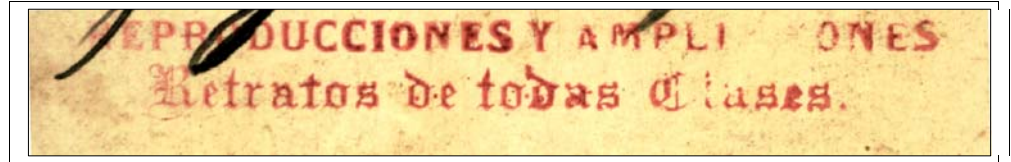


Figura 11

Agora, de todas as informações, a mais comum é a que divulga o fato de os negativos de vidro permanecerem guardados e a disposição do cliente. Tal fator transformava as *cartes de visite* num produto que poderia ser readquirido quando todas as unidades compradas acabassem. Como podemos observar detalhes nos exemplos das figuras 12, 13 e 14, respectivamente; dos ateliês de Elias da Silva, Rio de Janeiro (Brasil), C. E. Schlunck de Konigsber (Prússia), Touranchet, Paris (França).

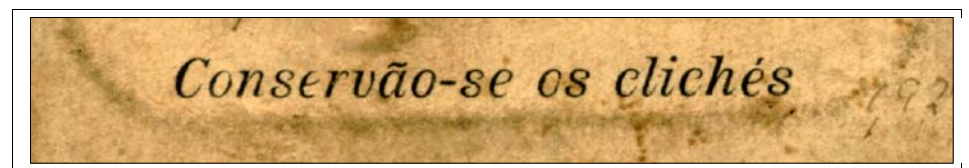


Figura 12



Figura 13

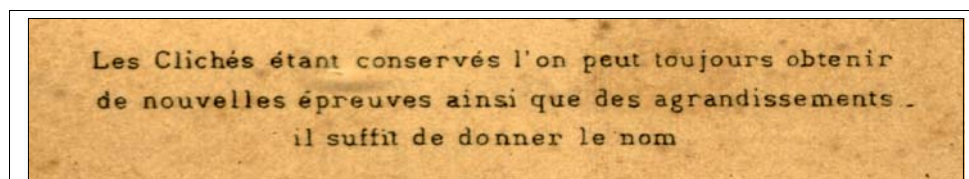


Figura 14

Os cartões se configuram, também, como espaço no qual encontramos dedicatórias, na maioria das vezes, saudações a amigos e parentes.

Vejamos os exemplos a seguir: “Dedicado a minha prima Carolina Villon como prova de carinho – Angelina Jarro Miguel”, figura 15 e, no segundo exemplo, “Saudações ao meu amigo Liberalino de Albuquerque – João Goston”, figura 16, de Elias da Silva, Rio de Janeiro (Brasil).

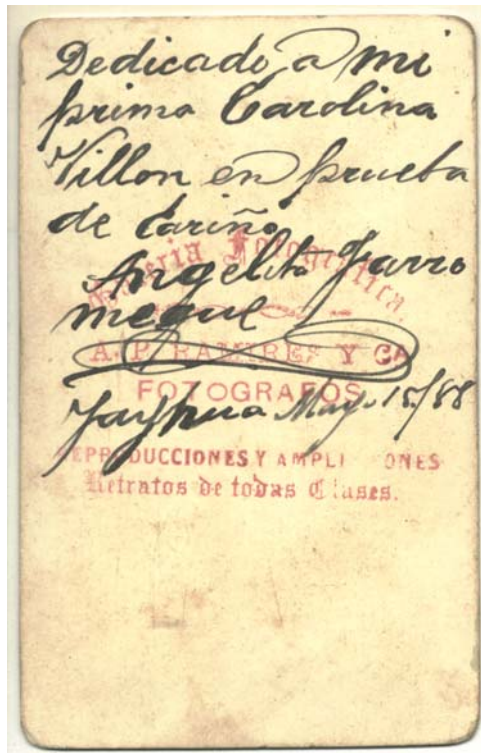


Figura 15

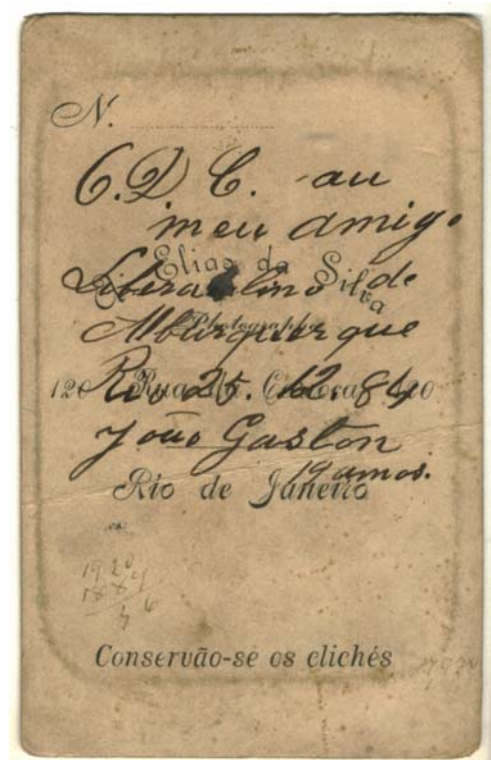


Figura 16

As dedicatórias demonstram a construção de teias familiares, tendo a função de estreitar laços. A troca de *cartes de visite*, estava dentro de um “(...) conjunto de práticas cotidianas que atuavam no sentido de fortalecer relações afetivas (...)” (MUAZE, 2006, p. 291). Tais imagens eram guardadas como lembrança, e, muitas vezes, postas nos álbuns desenvolvidos especificamente para acondicioná-las. Os álbuns que acondicionavam as *carte de visite* configuram-se num espaço onde convivem familiares e amigos.

Assim, notamos que houve de uma forma bem planejada a solidificação das fotografias *cartes de visite*, e vemos claramente que tais imagens construíram uma lógica própria de produção e difusão de valores sedimentados na segunda

metade do século XIX, com um espírito da individualidade que veio a se manter nos anos subsequentes. Assim, estas fotografias colaboram para que tenhamos uma noção exata de que algumas tendências que vivemos hoje, como a individualização construída pelo uso da auto-imagem, são, na verdade, mais uma etapa de um longo processo vivido nos últimos anos.

Os detalhes da produção das *cartes de visite* nos indicam um conjunto de elementos de uma mídia com uma função específica, a divulgação da imagem individual. Se aproximar destas imagens nos parece de fundamental importância para compreender melhor outras formas de representação, tão em voga atualmente e quase inseparável da nossa própria idéia do que somos ou queremos ser.

## Referências

- BENJAMIN, Walter. Obras Escolhidas - Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- BURKE, Peter. Testemunha ocular. História e imagem. Bauru: Edusc, 2004.
- COSTA, Cristina. A imagem da Mulher. Rio de Janeiro: Senac, 2002.
- LISSOVSKY, Mauricio; HEYNEMANN, Cláudia Beatriz; RAINHO, Maria do Carmo Teixeira (edição), Retratos modernos. Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 2005.
- FABRIS, Annateresa. Fotografia usos e funções no século XIX. São Paulo: Edusp, 1991.
- FABRIS, Annateresa, Identidades virtuais. Uma leitura do retrato fotográfico. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2004.
- FREUND, Gisèle. Fotografia e Sociedade. Lisboa: Dom Quixote, 1986.
- KOSSOY, Boris. Fotografia e História. São Paulo: Editora Ática S. A., 1989.
- KOSSOY, Boris. Realidades e ficções na trama fotográfica. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.
- MUAZE, Mariana de Aguiar Ferreira. O Império do Retrato: Família, riqueza e representação social no Brasil oitocentista (doutorado em História Social). Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2006.
- PULTZ, John. La fotografía y el Cuerpo. Madri: Akal/Arte em Contexto, 1995.
- SAGNE, Jean. L'atelier du photographe (1840-1940). Paris: Presses de la Renaissance, 1984.
- SOUZA, Gilda de Mello e. O espírito das roupas: a moda no século dezenove. São Paulo: Cia das Letras, 1987.
- TURAZZI, Inez. Poses e trejeitos; a fotografia e as exposições na era do espetáculo (1839-1889). Rio de Janeiro: Funarte/Rocco, Min. da Cultura, 1995.

**Marcelo Eduardo Leite.** Doutor em Multimeios pela Unicamp. Professor adjunto de Fotografia/Fotojornalismo da Universidade Federal do Ceará – Campus Cariri. [marceloeduardoleite@gmail.com](mailto:marceloeduardoleite@gmail.com).