

# 1

## A cidade inventada

O imperador conhece o jogo, mas lhe escapa o porquê do jogo. O que permanece é o desenho abstrato, o vazio da própria estrutura. Marco Polo tenta preenchê-lo com o que dá a ver, com as concreções fabulatórias produzidas pela imaginação possibilitadora de mais uma cidade ao mapa do imperador. Resta sempre uma margem para que outra cidade seja inscrita.

RENATO CODEIRO GOMES, *Todas as cidades, a cidade.*

### 1.1

#### Nasce uma cidade

Petrópolis nasceu para satisfazer o desejo de um imperador. D. Pedro I, interessado em possuir um recanto para passar o verão longe do calor do Rio de Janeiro (até então a fazenda de Santa Cruz era o lugar de veraneio de sua família), comprou, do major Vieira Afonso, a fazenda do Córrego Seco, na serra da Estrela, com a intenção de construir ali um palácio. A propriedade situava-se na região conhecida por rio Seco ou Córrego Seco, área habitada por sesmeiros e famosa por contar com algumas fazendas, entre elas a do Padre Corrêa, onde Pedro I se hospedava com frequência, nos idos de 1822. Encantado com a beleza do lugar, o imperador fez uma oferta de compra da fazenda ao padre, que a recusou. Ciente da venda do Córrego Seco, adquiriu a terra em 1830. Após sua abdicação, em 1831, e sua morte em 1834, a propriedade foi arrendada a terceiros por conta das elevadas dívidas contraídas ao longo de seu reinado. Em 1840, com a maioria de Pedro II e a situação financeira da família sanada, o governo brasileiro comprou o Córrego Seco e a mordomia da Casa Imperial deu início à administração da terra.

A fazenda foi então arrendada ao major-engenheiro alemão Julio Frederico Koeler, incumbido de separar uma área para a edificação de um palácio para o imperador, com suas dependências e jardins; outra área para uma povoação, que deveria ser aforada a particulares, e ainda um terreno para a construção de uma

igreja. Os primeiros colonos, todos imigrantes alemães levados para a região com o objetivo de trabalhar inicialmente na construção da estrada que subia a serra, ergueram suas moradas – em terrenos periféricos ao espaço que seria destinado à construção do centro político e comercial – e iniciaram o que viria a se tornar Petrópolis, elevada à categoria de cidade em 1843. Como assinala a historiadora Lilia Moritz Schwarcz no capítulo intitulado “A cidade de Pedro”, no livro *As barbas do imperador: D. Pedro II, um monarca nos trópicos*, “a subida da serra foi ficando cada vez menos árdua, como resultado da repentina e grande movimentação. Tudo se dirigia serra acima, rumo à nova cidade, construída para o deleite e a proteção do imperador” (SCHWARCZ, 1998: 235).

Em 1884, com a inauguração do trem que subia a serra, reduz-se o tempo de chegada à localidade de quatro para duas horas, uma vez que o que era feito em diligências ou carruagens, com paradas para a troca dos animais, passa a ser realizado em vagões puxados por uma cremalheira, importados da Inglaterra. O trajeto era o seguinte: tomava-se um vapor na Prainha, no cais Pharoux, atual Praça Mauá, e em pouco mais de uma hora chegava-se ao porto no fundo da baía. Ali embarcava-se nos vagões da Estrada de Ferro Mauá, que levavam os passageiros até a Raiz da Serra. De lá, o trem subia a serra até o lugar denominado Alto da Serra, onde atualmente fica a Rua Teresa. Chegava-se a Petrópolis.

Na jovem urbe que se erguia segundo os traços designados pelo projeto urbanístico de Koeler, pululavam ruas largas e arborizadas, residências, hotéis e lojas, tendo o palácio um espaço simbólico de destaque (sua construção foi iniciada em 1845 e finalizada em 1854), imponente, no centro de uma área mais elevada, de onde era possível vislumbrar a cidade que se erguia. A distribuição de lotes, em torno da Casa Imperial, entre parentes e amigos diretos do imperador, se incumbira de estimular a construção de mansões e palacetes por nobres, diplomatas e políticos do Império. No dizer de Angel Rama, “a cidade latino-americana veio sendo basicamente um parto de inteligência, pois ficou inscrita em um ciclo de cultura universal em que a cidade passava a ser um sonho de uma ordem e encontrou, nas terras do Novo Continente, o único lugar propício para encarnar” (RAMA, 1985: 23).

De fato, enquanto na corte se convivia com os incômodos da cidade colonial – ruas estreitas, quiosques e os “maus hábitos” da população de baixa renda que circulava pelo centro da cidade, cujos costumes remontavam às

lembranças da sociedade tradicional<sup>5</sup> – em Petrópolis, “sonho de uma ordem”, tudo ia sendo montado para atender aos anseios da classe dominante, que deveria colocar em prática comportamentos e atitudes que condiziam com o bom tom. Como argumenta Isabel Allegro Magalhães, naquela sociedade “percepções do tempo conduzem, de formas certamente distintas, a um sentido do presente como construção do futuro” (MAGALHÃES, 1987: 38).

O futuro como materialização do progresso, da civilização, ali se respaldava no mito de origem de uma brasilidade nobre, cujo brasão, mesmo vacilante, conferia lastro aos anseios aristocráticos da classe dominante do Império. Por esse viés, pode-se mesmo afirmar que a monarquia exercia em Petrópolis a “arte do esquecimento” de um passado colonial que deveria ser posto de lado, camuflado, negado naquele momento, ainda que suas pungentes e conflituosas marcas – a escravidão, a miscigenação, a dependência econômica e o atraso industrial – confirmassem sua presença implacável. Diz Paolo Rossi,

Mesmo se nunca existiu uma arte do esquecimento (...), há muitas maneiras para induzir ao esquecimento e muitas razões pelas quais se pretende provocá-lo. O ‘apagar’ não tem a ver somente com a revisibilidade, a provisoriedade, o crescimento, a inserção de verdades parciais em teorias mais articuladas e mais amplas. Apagar tem a ver também com esconder, ocultar, despistar, confundir os rastros, afastar da verdade, destruir a verdade (ROSSI, 1992: 25).

“Despistar” e “confundir os rastros” significava o desejo de calcar, em solo nacional, a modernidade segundo padrões externos, ambição que, aparentemente, a cidade serrana tornava mais plausível. A própria infra-estrutura urbana argumentava a favor da cidade de Pedro: jôquei clube, hipódromo, serviços de água e esgoto, iluminação a gás e ruas largas e arborizadas. Ali também não havia sido necessário demolir a cidade colonial para se elaborar um projeto urbanístico antenado aos ditames da modernidade, como seria feito por Pereira Passos no Rio

---

<sup>5</sup>Enquanto Petrópolis se erguia bela e organizada, segundo Nicolau Sevcenko era o seguinte o quadro urbano do Rio, durante a segunda metade do século XIX, ainda no período monárquico: “(...) cidade insalubre e insegura, com uma enorme população de gente rude plantada bem no seu âmago, vivendo no maior desconforto, imundície e promiscuidade e pronta para armar em barricadas as vielas estreitas do centro ao som do primeiro grito de motim” (SEVCENKO, 1983: 29).

de Janeiro, no início do século XX. Afinal, Petrópolis nasceu do primeiro Plano Regional de Urbanismo do país, segundo normas modernas de urbanismo da primeira metade do século XIX.

Na cidade da serra, tudo foi planejado: a área reservada ao palácio, incluindo dependências e jardins; as faixas de terra para serem loteadas a terceiros, respeitando-se a topografia e as reservas florestais; o terreno da igreja e do cemitério; os lotes urbanos, suburbanos e rurais, numerados de acordo com o gabarito obrigatório para as construções; a arborização de ruas e praças; o calçamento do passeio com pedras e lajes; as calhas para o escoamento das águas pluviais dos telhados; o saneamento e o aterro dos quintais e a canalização e arborização dos rios. Até as preocupações estéticas foram estudadas (ALMEIDA, 1995: 145), uma vez que ali não se fez o que era habitual na arquitetura da época: casas construídas de costas para os rios, tornando-os verdadeiras latrinas. Ao contrário, as margens foram arborizadas e as varandas dos palacetes voltadas para o correr das águas.

Como explica Ana Maria Mauad no capítulo sobre a imagem e a auto-imagem do Segundo Reinado, na coletânea *História da vida privada: Império* (MAUAD, 1997: 203),

O estabelecimento do Segundo Império na França (1852-70) dá ao Segundo Reinado um novo tom de modernidade e confirma o francesismo das elites brasileiras. Francesismo que ia além da cópia das modas parisienses expostas nas lojas da rua do Ouvidor e referia-se, também, à vida rural francesa. A um modo de vida caracterizado por uma cultura camponesa rica, menos desequilibrada que a da Itália, menos rústica que a da Espanha e Portugal, mais densa que a da Inglaterra, mais presente que a da América do Norte. Folhetins, operetas e romances vindos da França difundiam no Império a imagem de um modo de vida rural, conservador e equilibrado (...). Desenhava-se a representação de uma sociedade rural francesa que aparecia como um paradigma de civilidade para a sociedade tropical e escravista dos campos do Império (MAUAD, 1997: 43).

Ao adotar a sociedade rural francesa como “paradigma de civilidade”, a elite imperial escravocrata buscou um modo de ressemantizá-la com os elementos dos quais dispunha, representando-a na paisagem tropical no peculiar cenário de Petrópolis. A idealização de uma cidade européia, cujo clima, inclusive, se aproximava do europeu, levava aos arrabaldes da capital o povo do mundo

elegante, que lá encontrava um abrigo contra a aspereza do verão, estação em que proliferavam doenças como a malária e a febre amarela. Gradativamente, a cidade serrana se revelou-se o palco ideal para a sociedade aburguesada em ascensão. Erguida por entre as montanhas, a cidade concebida previamente como conceito (CERTEAU, 1994: 24) na mente de seu projetista passou a receber a corte e todo o mundo *chic*, que para ela se transferia no último mês do ano, início da estação “calmosa”, enchendo os palacetes de brilho e *glamour*.

Assim, reconhecida pelo elenco que ali desfilava como “a cidade mais européia do Império” (MAUAD, 1997: 209), Petrópolis traduziu os anseios da elite na história de sua construção e, posteriormente, em suas ruas, parques e salões. Por fim, nas representações construídas pela mídia impressa, narrativas que vão agregar o respaldo da veracidade jornalística a esse discurso, “que tanto se comporta como uma prática social produtora de sentidos como também, direta ou indiretamente, veicula as várias vozes constitutivas daquele imaginário” (MARIANI, 1993: 33).

## 1.2

### Narrativas de construção

Em 1897, Olavo Bilac fez uma generosa leitura retrospectiva da cidade, em crônica no jornal carioca *Gazeta de Notícias*, publicada em coletânea organizada por Antonio Dimas. A crônica foi reunida em um capítulo dedicado a Petrópolis:

Assim, amo a vida civilizada encaixada na moldura rústica da natureza primitiva. (...) Por isso, prefiro Petrópolis! (...) Quando os casais alemães, nutridos a queijo fresco e a cerveja loura, entregues ao amor e ao trabalho, deram filhos e melhoramentos ao lugar – logo o resto da gente pensou que devia ser deliciosa a vida, ali, naquela altura, sem miasmas, sem febre amarela.

E, logo, a corte de d. Pedro II começou a ir passar o verão naquele canto da Estrela – patrimônio de coroa: bem pífia corte essa, sem fausto, sem arte, sem dinheiro...Mas, enfim, sempre era uma corte: e a cidade de Pedro foi melhorando e tornando-se a habitação da moda, durante as asperezas do verão fluminense. Hoje, é aquele encanto! (BILAC, 1996: 220).

Nota-se que as altas temperaturas do verão e, conseqüentemente, a proliferação de doenças típicas daquela estação, concorriam para que a elite seguisse os passos da família imperial. Nas palavras da historiadora Lilia Schwarcz, Petrópolis se convertia em rota de fuga da família imperial e dos que tinham recursos para escapar da febre amarela, o que acabou por se revelar uma espécie de política sanitária da corte. Noticiava o periódico *O Parahyba*<sup>6</sup>, de vertente republicana, em 1858: “Petrópolis há de ser um refugio a que tereis de abrigar-vos para fugirdes às epidemias do Rio”. Poucos anos depois, em 1862, escrevia o cronista Carlos Augusto Taunay no guia *Viagem Pitoresca a Petropolis*:

Apenas se chega, depois de ter feito honra à comida, passa-se noite deliciosa, cujo repouso, nem calor, nem baratas, nem mosquitos, nem qualquer bicho daninho inquietam. Ao acordar, também acorda a curiosidade: quer-se visitar esse Petropolis onde se chegou tão comodamente na véspera através de tão belos espetáculos (TAUNAY, 1995: 9).

Como mencionado anteriormente, com a subida da serra menos penosa e demorada, e, por conseguinte, o transporte de bens e mercadorias facilitado, a cidade crescia em luxo e beleza arquitetônica. Ao redor do palácio, grandioso e imponente, ajardinado segundo projeto paisagístico do botânico francês Jean Baptist Binot, erguiam-se mansões de viscondes, barões e marqueses. Ao lado dele, foi dado início, em 1884, à construção da majestosa catedral neogótica, defronte ao rio que singrava a avenida margeada por palacetes. Além de hotéis finos e do comércio elegante, surgiam teatros, restaurantes, cervejarias, confeitarias, bilhares, cabeleireiros e barbeiros, hospital, agências literárias, colégios, casas de banho, duchas e fábricas. Escreveu Gilberto Ferrez para o *Anuário do Museu Imperial*, de 1948 (texto acompanhado de fotos de Petrópolis tiradas por Marc Ferrez entre os anos de 1875 e 1905):

---

<sup>6</sup>Lançado em 1858, foi o terceiro jornal da cidade, criado por Emílio Zaluar, que tinha como sócio o general Quintino Bocaiúva. O primeiro jornal foi *O Mercantil*, monarquista, lançado em 1857; o segundo foi *O Brasília*, publicado em alemão, de 1858 a 1862, na quarta página de *O Mercantil*. Jornal republicano, elite imperial: quando o assunto era a adoção de um modelo burguês para o Brasil, nos moldes externos, não havia choque de interesses entre o grupo social hegemônico. Há, como explica Sevcenko, apenas um “revesamento das elites (SEVCENKO, 1983: 26), na passagem do sistema político, da Monarquia para a República.

Petrópolis era a mais aristocrática de nossas cidades. Os colonos alemães habitavam os vales retirados, a Mosela, o Bingen, o Ingelheim, Rhenania, Westphalia, Palatinato. A parte central era ocupada por palacetes dos titulares e diplomatas, cercados de belos jardins floridos e de bosques, muitos dos quais chegaram até nossos dias, tais como: palácio Imperial, palácio da princesa Isabel, o da baronesa de S. Joaquim, de Mme. Landsberg, da família Franklin Sampaio, do Visconde de Mauá, da família Abreu Fialho (antiga Duchas), do Dr. Francisco Pereira Passos, chácara das Camélias, de D. Jerônima de Mesquita, Dr. Guerra Rocha Miranda, Mme. Regendanz, Barão do Rio Branco, Embaixada Inglesa, do Sr. Bloch e outras. Todos realçados pela vegetação dos parques delineados por Binot e tão ao gosto do nosso Segundo Reinado (...). A corte dava o tom (FERREZ, 1948: 33).

Registrava *O Parahyba*, em 25/12/1858: “Petropolis possui hoje, entre outros estabelecimentos semelhantes, o do Sr. Daguinet, como os que há no Rio à rua do Ouvidor”. Observa-se que Petrópolis se convertia na grande vitrine do Império, e, por essa razão, deveria buscar harmonia com o ideal de progresso próprio do século XIX europeu. Noticiava *O Parahyba*, em 29 de dezembro do mesmo ano: “Acha-se em Petropolis Mlle. Antonine Mary, prima-dona cartello do theatro lyrico, ultimamente chegada da Europa. Consta-nos que fôra hontem apresentar seus cumprimentos a S.M a Imperatriz, e que seguirá em breve para a corte”.

Bailes, companhias francesas de comédia, concertos e recitais atraíam “a boa sociedade”, que subia a serra para acompanhar e estar próxima à família imperial. Explica Lilia Schwarcz: “como núcleo simbólico da sociedade, o monarca faz de seus hábitos os de sua corte, influenciando em movimento centrífugo a todos que para ele convergiam em busca de prestígio e fortalecimento político” (SCHWARCZ, 1998: 242). O periódico *O Parahyba* registrava:

A companhia dramática do Sr. Florindo, chegada recentemente a esta cidade, deu na quinta feira a sua primeira recita. O espetáculo esteve, segundo nos affirmão muito concorrido. Entre os cavalleiros que vierão passar esta semana alguns dias em Petropolis, conta-se o Sr. José de Alencar, redactor gerente do Diário do Rio de Janeiro (...) (*O Parahyba*, 27/12/1857).

Pelo que se pode perceber pelas narrativas, Petrópolis crescia como uma espécie de vila europeia e lá todos viviam como se estivessem na “civilização”. De fato, criava-se ali o palco ideal, com os atores certos, para que fosse encenado o rompimento definitivo com o passado de colônia e inaugurado o tempo em que o país seria mais europeu. Daí a cidade se converter no espaço disciplinar do progresso e da ordem, imagem em positivo da capital do país. Por este viés, pode-se mesmo dizer que a cidade utópica, virtuosa, organizada na mente de seus “idealizadores-voyeurs”, lugar da visão panóptica do poder, produto da racionalidade moderna, se assemelha à Eusápia, que Marco Polo descreve a Kublai Khan, em *As cidades invisíveis*, de Italo Calvino: “não existe cidade mais disposta a aproveitar a vida e a evitar aflições do que Eusápia. Os cadáveres (...) levados para baixo (...) continuam a cumprir antigas atividades. Destas, as preferidas são as que reproduzem momentos de despreocupação” (CALVINO, 2003: 105). Petrópolis, imagem duplicada de um Rio que se queria parisiense, porém onde os espaços simbólicos do *chic* não se confrontavam com doenças e misérias, tomava forma no imaginário da classe dominante como lugar de prazer e de contemplação, paraíso para o ócio da aristocracia.

A cidade real, contudo, revelava seus antagonismos, como se observa na seção de classificados<sup>7</sup> de *O Parahyba*, no mesmo período: “Vende-se na rua dos Protestantes n. 7 uma boa escrava; tem dous filhos pardinhos. Lava, passa, cozinha muito bem. O motivo da venda é por ter filhos” (29/12/1858). Na mesma edição do periódico é também possível ler um interessante comentário de Julio Koeler, em que o mentor do plano urbanístico da cidade lamenta, em texto assinado por Jean Baptist Binot, a desobediência ao traçado urbano original de Petrópolis: “esta rua D. Affonso, que eu tinha designado para residência da aristocracia, traçando o plano das casas e seu alinhamento, não teve a sorte que lhe destinei” (29/12/1858).

Se a escravidão deixou ali suas marcas e reinventava-se o modo de ocupar a cidade, em desobediência à ordenação pragmática do traçado original, emerge daí o embrião de uma força desestabilizadora da ordem e da harmonia do espaço urbano. No dizer de Jesús Martín-Barbero “(...) a figura da cidade tem menos a

---

<sup>7</sup>Espaços de depoimentos da cidade real – que compra, vende, põe em prática seus valores de uso e de troca – a seção de classificados desnudava os bastidores de um palco forjado por ideais simbólicos exteriores a ele.

ver com a regularidade dos modelos do edificar que com o mosaico artesanal do habitar (...). A geografia das identidades remete tanto às figuras que demarcam as ruas e praças como às *fissuras* [grifo do autor] da desordem das experiências e dos relatos” (MARTIN-BARBERO, 2002: 277). Desordem das experiências e dos relatos pode ser traduzida aqui na “fissura” da escravidão e no “mosaico artesanal do habitar”, forças que desestabilizam o planejamento social do território em uma cidade gerida a partir de um projeto racional desenhando em papel.

Contudo, o modelo racional procurava garantir a passagem segura da sociedade tradicional para a sociedade moderna, reunindo fragmentos de imagens externas a fim de montar um todo social unificado, coeso, ordenado, capaz de cunhar consistência às experiências individuais e coletivas. Como postula Gilberto Velho, “na constituição da *identidade* [grifo do autor] social dos indivíduos, com particular ênfase nas sociedades e segmentos individualistas, a *memória* e o *projeto* [grifos do autor] individuais são amarras fundamentais” (VELHO, 1994: 101). Por este viés, as representações de Petrópolis nos meios impressos se constituem instrumentos articuladores da memória e da identidade para aquela classe aburguesada que buscava ratificar simbolicamente sua supremacia.

Como se observou, a cidade representada nas narrativas midiáticas conferia sentido às aspirações européias da elite, uma vez que o passado colonial, como já observado, não cunhava lastro à modernidade nacional e a expansão social da cidade, por sua vez, não obedecia aos ditames do traçado ordenado pelas linhas do desenho e pelos desejos de seus mentores. Por essa razão, como postula Carl Schorske, investigar as cidades não se resume a analisar seu traçado geométrico ou sua evolução física: põe em jogo conceitos e valores que examinam o homem, a sociedade e a cultura, os mapas simbólicos<sup>8</sup>. “Ninguém pensa a cidade em isolamento hermético. Forma-se uma imagem dela por meio de um filtro da percepção derivado da cultura herdada e transformado pela experiência pessoal” (SCHORSKE, 2000: 53).

Seguindo o raciocínio de Schorske, podemos entender que pensar Petrópolis como resumo da modernidade nacional demanda a elaboração de

---

<sup>8</sup>O que leva o autor a avaliá-las segundo classificações que as definiram, nos últimos 200 anos, como ‘virtude’, visão desenvolvida no século XVIII a partir da filosofia do Iluminismo; como ‘vício’, visão antiindustrial provocada pelo choque da industrialização do começo do século XIX, e ‘para além do bem e do mal’, que procurava não julgá-la pelo ponto de vista ético. “Nenhuma fase nova destruiu sua predecessora”, afirma o autor (SCHORSKE, 2000: 54).

palavras que a edifiquem como virtude. Porém, vale observar, isso não impede que aflorem os registros desarticuladores da ordem, que acabam por revelá-la como vício. As palavras acalentadoras, bem como os depoimentos da desordem, igualmente traçam as linhas do mapa letrado da cidade, como comprovam o anúncio da seção de classificados, o desabafo de Julio Koeler no ensaio de Jean Baptist Binot e a crônica (transcrita a seguir) de Machado de Assis, publicada na coluna “A Semana” do jornal carioca *Gazeta de Notícias*<sup>9</sup>, em 22/01/1893. O autor lança um olhar simpático à cidade, porém sua leitura se distancia do entusiasmo de Olavo Bilac. Nada exultantes, as observações de Machado refletem a agudeza e a perspicácia de sua crítica quando discute a questão de tornar Petrópolis capital do Estado do Rio, o que acontece, de fato, no ano seguinte à publicação do texto (Petrópolis foi capital entre os anos de 1894 e 1902):

A questão Capital está na ordem do dia (...) Trata-se de mudar a capital do Rio de Janeiro para outra cidade que não fique sendo um prolongamento da Rua do Ouvidor (...) Petrópolis também quer ser capital, e parece invocar algumas razões de elegância e beleza; mas tem contra si não estar muito mais longe da Rua do Ouvidor, e até mais perto, por dous caminhos (ALAMINO, et al, 1992: 18).

Vale lançar luz aqui não aos pormenores políticos da Revolta da Armada, que impulsionou a transferência da capital do Estado de Niterói para a serra, mas, sim, à comparação da cidade de Pedro com a Rua do Ouvidor. Ao citar o símbolo máximo do afrancesamento carioca, Machado sutilmente criticava a elite que vociferava os encantos e deslumbramentos da modernidade mas não se admitia como parte de uma Nação negra e mestiça em sua maioria. Esvaziado de elementos de identificação nacional contundentes e eficazes, o cenário urbano brasileiro desejado pela elite impingia à vida pública e privada uma codificação excludente, “por dous caminhos”. Independentemente do regime político, ou seja, na Monarquia como na República, a elite orquestrava “projetos” com base em referências externas com a autoridade de quem se julgava guardião dos valores da sociedade tradicional.

---

<sup>9</sup>A crônica citada foi publicada na pesquisa *A presença de Petrópolis na literatura*, editada em 1992 pelo Museu Imperial de Petrópolis. Segundo a mesma, Machado de Assis escreveu para o jornal petropolitano *O Parahyba* e também citou Petrópolis em romances, como *Esau e Jacó* e *Memorial de Aires* (ALAMINO, et al, 1992: 18).

Nesse sentido, esta mesma elite anulava a capacidade libertária da sociedade, uma vez que os sinais de exclusão eram acentuados pelos códigos de significação da vida cidadina em ambos os momentos políticos. Assim, Petrópolis e Rua do Ouvidor, espaços urbanos símbolos do arrivismo e da ostentação, na Monarquia e na República, evidenciavam a distância que cingia a sociedade brasileira em dois pólos: de um lado a elite, sedenta pelo novo, pelo externo, prisioneira cega e submissa de um sistema econômico imposto pela ordem internacional e por interesses internos que privilegiavam sua manutenção; de outro, a mão-de-obra silenciosa, representada por personagens invisíveis, o povo que não flanava pela rua ou que não “subia a serra”.

Simbolicamente, a Rua do Ouvidor e Petrópolis eram palco da realidade brasileira, ex-colônia cuja sociedade nascera da miscigenação de povos, da imbricação do europeu e de seus descendentes com escravos e índios. No entanto, sua origem e identidade como nação, frutos do entrelaçamento de etnias, representavam um cruzamento inviável politicamente, o que gerou o retrato de um Brasil que vira de costas para si e sonha com o estrangeiro, idealizado pelo afastamento. Como afirma Brito Broca, “o chique era mesmo ignorar o Brasil e delirar por Paris” (BROCA, 1975: 92).

Mas há quem visse com euforia essa idealização, como comprova a crônica de Bilac, em 1897, na *Gazeta de Notícias*:

Por isso mesmo, Petrópolis, por isso mesmo que és fina, e bem-educada, e fidalga – é que há muita gente que não gosta de ti: nós, em geral, no Brasil, entendemos que o reino da democracia é o culto da má-criação; e, além disso, estamos tão habituados a viver, ou no interior das confrarias sujas, ou nas ruas imundas e fétidas, que falamos sempre mal do que é limpo e elegante. Há quem odeie Petrópolis porque a julgue a capital do *Snobismo* e da *Pose*: santo Deus! pois se há gente que gosta de não se lavar, com medo de que se ache ridículo o abuso do banho!... (BILAC, 1996: 222).

Nota-se que a representação de Petrópolis na narrativa de Bilac revela a cidade como virtude, “limpa e elegante”, ou seja, a cidade do traçado geométrico, racionalmente planejada, assumindo o papel para o qual foi destinada por seus mentores e executores; cidade que evolui progressivamente, distante das imagens que remetiam à realidade nacional. A representação igualmente simboliza a

emergência de uma nova sociedade, baseada em padrões burgueses, da economia de mercado; e também traduz a ânsia de se elaborar um modelo urbano e social que servisse como protótipo para a reconstrução da sociedade republicana, ou seja, que criasse um “horizonte cognitivo mais adequado aos interesses da burguesia ascendente que via na sociedade em que começava a dominar o estágio final da evolução da humanidade” (SOUSA SANTOS, 1987: 17).

Entretanto, essa imagem não impede, em diversos momentos, que as narrativas revelem Petrópolis como um microcosmo, ora exemplo de urbanidade bem-sucedida, ora motivo de desconfiança para os que pensavam criticamente o cenário sociocultural do País. Contudo, revelam-nos essas narrativas, Petrópolis confirmava a possibilidade de se construir uma realidade longe de contradições, como exigia a racionalidade do pensamento modernizador. Ensina Michel de Certeau “já há muito tempo o poder político sabe produzir relatos a seu serviço. A mídia melhor ainda” (CERTEAU, GIARD, MAYOL, 1997: 200). Se a desordem urbana na capital da República gerava dúvidas quanto à sustentabilidade do Rio como modelo de um Brasil moderno, a cidade serrana legitimava a modernidade, movimento confirmado pelas narrativas esfuziantes.

### 1.3

#### **Petrópolis: memória e representação**

Ler e decifrar as sutilezas do pequeno trecho abaixo, pinçado do editorial da luxuosa revista *Verão em Petropolis*<sup>10</sup>, editada em 1903 em edição única comemorativa pelo verão de 1902, contudo publicada até 1931 (com interrupções ao longo desse período e sem periodicidade definida<sup>11</sup>), é avaliar como o discurso da imprensa petropolitana creditava à cidade o status de modelo para uma modernidade desejada.

É que, em sua simplicidade narrativa, estas paginas serão, por vezes, um hymno evocativo de instantes venturosos, fruidos sob protecção de uma sombra amiga bracejada no estrepito tumultuoso de festas

<sup>10</sup>Anexo 2.

<sup>11</sup>No próximo capítulo revelaremos quem eram os editores dessa publicação e mais detalhes sobre sua periodicidade. Por ora, cabe aqui analisar alguns aspectos de seu conteúdo editorial e publicitário.

esplendidas e *chics*...Sobre o negrume dos caracteres typographicos, frios e mudos, a alma doirada do sonho errará tremula, na recordação de alguma ventura, mal esboçada e logo morta. Não nos é dado saber que enxame de recordações, que mundo de saudades possam despertar estas paginas; mas o que fazemos, certo de que cumprimos um dever, é deixar nessas mesmas paginas, como deixamos, a homenagem da nossa respeitosa *sympathia* por todas aquellas pessoas que ao verão de 1902, em Petropolis, trouxeram o concurso de sua presença, que sob o esplendor da graça feminina, quer traduzido na gentileza de correctissimos cavalheiros. Que lhes não escape, assim, a utilidade de publicações á guisa do presente, - publicações que são a *synthese* de um dado momento da vida social (...) (*Verão em Petropolis*, 1903: 12).

Observa-se que a proposta do editorial revela uma voz que conversa com o leitor e que se dispõe a rememorar para ele cenas da vida mundana, ou seja, os acontecimentos sociais ocorridos na cidade serrana, ao longo do verão de 1902. Com esse intuito, o editorialista confirma a importância de sua missão mediadora – e de construção discursiva dos fatos – travando um diálogo íntimo com o leitor, ressaltando o privilégio de ter registrado os acontecimentos em suporte físico, e, por intermédio da escritura, da materialidade do veículo, propagá-los para o futuro.

Como testemunha privilegiada de um dado momento social, inaugura uma narrativa que pormenoriza acontecimentos sem qualquer relevância para o desempenho político ou econômico do país. Por outro lado, essa crônica social – crônica “elegante”, como define o narrador em texto na mesma revista – é investida da tarefa de narrar o presente, seja para ser rememorado por aqueles que o vivenciaram (e manter acesa a chama de pertencimento daquela classe), seja para ser almejado como um sonho de ascensão na escala social para os que estão fora daquele contexto. De qualquer forma, o discurso jornalístico, como prática social, cria a memória e o imaginário urbanos pela representação. “*Re*-representação sempre vem depois, embora alguns meios de comunicação tentem nos fornecer a ilusão da ‘pura presença’. Mas ao invés de nos guiar até alguma origem supostamente autêntica (...) a memória (...), por vir sempre depois, é em si baseada na representação” (HUYSSSEN, 1997: 14).

Se a elite propagara a “arte do esquecimento” de um passado que se queria negar, como nos ensina Paolo Rossi, pode-se afirmar então que as representações cunhadas no relato jornalístico – seja pelo texto, seja pela imagem fotográfica, em abundância na publicação analisada – transformam a imprensa em “metáfora de

uma moderna arte da memória” – a expressão é de Margarida de Souza Neves –, técnica do mundo antigo que possibilitava a expansão da capacidade mnemônica, como explica a historiadora no ensaio *As artes da memória: a modo de post-scriptum*,

Na antiga arte da memória esse homem-memória era um iniciado. E tanto pelo que a arte revelava quanto pelo que ocultava aos olhos dos não iniciados, permitia que os seus cultores se vissem investidos de uma função sacerdotal, uma vez que a correspondência entre o microcosmo das imagens mentais encontrava uma correspondência com o macrocosmo do universo ideal cujo segredo só por eles era conhecido (NEVES, 2000: 236).

Iniciados em uma arte só por eles experimentada, os profissionais da mídia impressa petropolitana, “investidos de uma função sacerdotal”, ligavam, soldavam a memória individual na coletiva, em seus escritos. Por sua vez, essa costura da identidade do indivíduo moderno na coletividade busca apoio na função memorialística da narrativa, ao mesmo tempo que reforça seu discurso. Com base na representação midiática, a memória estimula a criação de discursos que recontem o passado de forma coerente com vistas à formação de um futuro como projeção promissora do presente. Nesse sentido, assim como os articuladores daquela imprensa agiam como homens-memória, os jornais e as revistas de Petrópolis assumiam a função de “lugares de memória”, no dizer de Pierre Nora, porque propagavam “sinais de reconhecimento e de pertencimento de grupo” (NORA, 1993: 13), ou seja, de um grupo que não apenas cultuava o progresso, a linearidade temporal e a razão, como igualmente tornava esses ideais permanentes instrumentos de domínio e de sua perpetuação no poder.

Como exemplo, vale destacar o texto assinado por Affonso Celso (monarquista, autor de *Por que me ufano de meu país* e advogado, que na *Verão em Petropolis* publica anúncio de seu escritório de advocacia, em parceria com Vicente de Ouro Preto, na Rua do Imperador, na cidade serrana) na mesma revista, bastante representativo desse ideal hegemônico:

(...) Em Petropolis, residia boa parte do anno o saudoso Imperador D. Pedro II. Os chefes de Estado das novas instituições Deodoro, Prudente e Campos Salles habitaram Petropolis, durante largos mezes. Mora em Petropolis o corpo diplomatico estrangeiro, Ministros, altos funcionarios, banqueiros, industriaes, elevadas patentes do exercito e

da armada reúnem-se em Petrópolis. Brilham nessa feiticeira cidade todas as elegancias, todas as superioridades nacionaes. Ahi se acha tudo quanto a nossa Patria apresenta de fino, de culto, de bello, de dominador (...) (CELSO, 1903: 16).

O narrador, investido da função sacerdotal de que nos fala Margarida Neves, evidencia as qualidades de Petrópolis como quem vende um produto de consumo sofisticado, equilibrado, harmônico, lugar onde não se vêem conflitos, inclusive ideológicos. Ali, a República é uma extensão da Monarquia, quando o assunto é a manutenção das oligarquias no poder<sup>12</sup>. Enaltece a cidade serrana em texto poético, entremeado por três fotografias emblemáticas de seu refinamento e de sua origem européia: a primeira retrata damas ricamente trajadas em passeio no Largo D. Affonso; a segunda, uma avenida singrada por rio em bairro denominado Westphalia; a terceira registra um suntuoso palacete<sup>13</sup>.

O narrador toma a escritura e o recurso tecnológico da fotografia como instrumentos para a transmissão de uma mensagem: Petrópolis estava ao alcance de poucos afortunados. Aquele não era um discurso sobre o povo, ou para ele, até porque grande parte da população era analfabeta. “Ahi se acha tudo quanto a nossa Patria apresenta de fino, de culto, de bello, de dominador”. Na página seguinte, versos de Escragnolle Doria (colaborador da seção “Semana Literária”, juntamente com Urbano Duarte, Araripe Júnior e José Veríssimo, no *Correio da Manhã* [SODRÉ, 1983: 293], intitulados “Petrópolis”, ressaltam os atributos naturais da cidade<sup>14</sup>. Em seguida, o “Soneto a Petrópolis”, de 20 de abril de 1902, assinado pelo Dr. Neves Armond, contrapõe a beleza de Petrópolis às mazelas do Rio, em seguinte trecho: “Em vez do negro Mangue, o Piabanha; Em vez de escuros becos, avenidas” (*Verão em Petrópolis*, 1903: 19).

Como se pode observar, a cidade como paradigma do cosmopolitismo da burguesia urbana em ascensão coaduna com seu retrato em fina publicação, e a

<sup>12</sup>Como ressalta Monica Pimenta Velloso, no livro *Modernismo no Rio de Janeiro*, a proclamação da República gerou um sentimento de insegurança quanto à manutenção da unidade do país, conquista atribuída ao Império. “Este fato foi certamente o responsável pela conciliação entre as elites monarquistas e republicanas. Para garantir a adesão de seus adversários, o regime teve que fazer certa conciliação com o passado monarquista. É nesse sentido que a memória republicana pode ser pensada como o resultado de um ‘pacto oligárquico’ ” (VELLOSO, 1996: 175).

<sup>13</sup>Anexo 3.

<sup>14</sup>Anexo 4.

fotografia<sup>15</sup> colabora para sua associação ao moderno. “Ser identificado como moderno implicava necessariamente algum modo de relação com a tecnologia e a atitude individualista” (SEVCENKO, 1998: 533). Mediadora entre o público e o privado, a fotografia impulsiona a fragmentação da identidade fixa, estável, porque propõe uma nova codificação do espaço e do tempo. Em uma época na qual os avanços tecnológicos (advindos da revolução científico-tecnológica da segunda metade do século XIX), a experiência da velocidade (com a introdução de novos meios de transporte) e o consumo de produtos importados da Europa e dos Estados Unidos provocam efeitos no modo de vida, no comportamento e na sensibilidade humanas, “essa nova tecnologia da imagem apoiou-se em novos sistemas de conhecimento e em uma preocupação moderna com a classificação que podiam converter a imagem em informação convincente” (GUNNING, 2001: 45).

Meio de representação e de informação convincente, a fotografia (os Irmãos Hess, fotógrafos alemães que mantinham ateliê fotográfico em Petrópolis, fizeram a última foto da família imperial na cidade, antes da proclamação da República; na *Verão em Petropolis* de 1903, publicaram anúncio, com arte gráfica refinada, de meia página, divulgando seus serviços<sup>16</sup>) registra na imprensa ilustrada essa nova classe emergida com a República, os argentários enriquecidos ilicitamente com o Encilhamento<sup>17</sup>, que ostentam o luxo e impõem novos hábitos e costumes à vida urbana. Explica Sevcenko,

<sup>15</sup>A reportagem fotográfica foi impulsionada pela disseminação da fotografia nas revistas ilustradas, a partir de 1900, com a publicação de fotos na *Revista da Semana*. “Tais publicações, ao mesmo tempo que informavam, conformavam certos tipos de comportamentos” (MAUAD, 1997: 209).

<sup>16</sup>Anexo 5.

<sup>17</sup>Na segunda metade do século XIX, o Brasil intensifica a capitalização interna em virtude da malha ferroviária extensa, dos portos com volume comercial incrementado pela demanda européia por matérias-primas e do substancial aumento das importações pagas com os recursos do café, cacau e borracha. Porém, as ações neocolonialistas, ou imperialistas, anulavam qualquer pretensão de parceria entre o Brasil, a Europa e os Estados Unidos. A presença do capital estrangeiro asfixiava a poupança interna e desnudava a precária estrutura financeira nacional, acorrentada pela divisão internacional artificial do trabalho. A instauração dessa nova ordem econômica desencadeou movimentos especulativos em torno das taxas de câmbio, no mercado imobiliário, no mercado de fornecimento de gêneros alimentícios de primeira necessidade e nas importações, fase conhecida como Encilhamento (1891) (ALMEIDA, 2001: 17). Dessa forma, a República nasceu em um palco de economia especulativa, aberta ao capital estrangeiro e ansiosa pela industrialização e a modernização do país, e como consequência direta da política econômica do Império, que no contexto da divisão internacional do trabalho situara o Brasil como produtor de gêneros agrícolas para exportação. É a fase da ascensão dos “novos homens”, como postula Sevcenko, ávidos pelo enriquecimento a qualquer custo.

Os “novos homens” disfarçavam com um mosaico de fragmentos desconhecidos a inconsistência de um trajetória equívoca. (...) Justamente porque todo o quadro social se embaralhou, é preciso reformular uma nova configuração da ordem e como já não se pode buscar o apoio da história para dispor os papéis, os heróis e as hierarquias, **apela-se para o jornalismo, dando origem às indefectíveis colunas sociais** [grifo meu]. Acompanham-nas as falanges emergentes dos fiscais do gosto, os censores da correção, os ditadores da moda, proclamando seus decretos pelos jornais e revistas mundanas (SEVCENKO, 1998: 537).

As narrativas dos jornais da cidade fazem coro com os relatos de revistas mundanas, como a *Verão em Petropolis*, na perpetuação do discurso dessa elite no poder, um discurso que estabelece a trajetória em sociedade como que voltada para um único fim: a glória, o *glamour*, o privilégio de se estar no topo da hierarquia social. Inclusive o hábito de veranejar, ou seja, de dedicar o verão inteiramente ao lazer, de gozar as benesses desse tempo na serra, em cidade salubre, de temperatura amena, denota a restrição, a poucos afortunados, desse privilégio, estritamente moderno e de valorização do indivíduo. Escreve o redator da *Gazeta de Petropolis*<sup>18</sup>, em 03/12/1898:

“Casino Petropolis – Começa a bella época de Petropolis, e quem sobe a este recanto para gozar delicias de um ar puro e oxygenado, de noites frescas e amenas, esquece a lucta da vida com todos os seus dissabores, e dá ao espírito o indispensável repouso após longos mezes de fatigante trabalho. Este verão promete ser bellissimo. O Casino Petropolis, o ponto de reunião da elite petropolitana vai recommençar as suas festas que serão inauguradas depois d’ámanhã”.

O início da estação calmosa é o tempo privilegiado do ócio, “o indispensável repouso após longos meses de fatigante trabalho”, argumenta o repórter. Tempo dedicado a passeios a cavalo, aos piqueniques nos parques, a reuniões no Club dos Diários (cujá sede, no Rio, mantém filial em Petrópolis, o que se observa em texto da *Verão em Petropolis* dedicado à descrição das instalações desse sofisticado clube na serra<sup>19</sup>), a bailes de Carnaval nos palacetes.

<sup>18</sup>A *Gazeta de Petropolis* sucedeu *O Mercantil*, editado de 03/03/1857 a 25/05/1892, e circulou de 02/06/1892 a 28/12/1904.

<sup>19</sup>O narrador relata como se formou o Club dos Diários em Petrópolis, cita os nomes dos membros de todas as diretorias, da fundação do clube em 1884 até 1903. Descreve as instalações: salões mobiliados e adornados “com a mais pura elegância”, salão de leitura, biblioteca, sala de xadrez, arquivo musical e piano de cauda, obras de arte, restaurante, barbearia. Refere-se à entidade como um microcosmo de tudo quanto o Brasil produzia e possuía de mais alto na literatura, ciência, arte e política.

E os porta-vozes da cidade anunciam o início da “bela época”, período em que Petrópolis se converte em espaço privado de circulação para um grupo restrito cujos códigos sociais, ao menos ali, não são desestabilizados por visões de choque e de estranheza. Os relatos desses porta-vozes, “censores da correção”, como bem definiu Sevcenko, nos fazem analisar Petrópolis como “espaço privado” para um determinado grupo social, no sentido atribuído ao termo por Michel de Certeau. “O espaço privado é aquela cidade ideal onde todos os passantes teriam rostos de amados, onde as ruas são familiares e seguras, onde a arquitetura interna pode ser modificada quase à vontade” (CERTEAU, GIARD, 1996: 207).

Naquele espaço privado, cidade ideal, vive-se “um tempo de repetição” – a expressão é de Boaventura de Sousa Santos: tempo em que o domínio daquela classe aburguesada se alastra sobre o passado; e tempo em que essa classe canibaliza o futuro, transformando-o na projeção de seus ideais (SOUSA SANTOS, 1997: 103). “No palacete Visconde Silva, habitado pelo Sr. Gaffrée, houve animada *soirée*, na qual os intrusos tomaram parte. E ninguém estranhou; porque os intrusos não eram estranhos”, cita o repórter na *Verão em Petropolis*, em relato minucioso sobre o Carnaval de 1902<sup>20</sup>. Como assinala Ecléa Bosi, “parece que há sempre uma NARRATIVA COLETIVA [grifo da autora] privilegiada no interior de um mito ou de uma ideologia. E essa narrativa explicadora e legitimadora serve ao poder que a transmite e difunde” (BOSI, 2003:17).

A narrativa midiática, legitimadora do poder que a difundia, permitia que o leitor ficasse por dentro do que aconteceu no verão de 1902, mesmo sem presenciar os fatos. O leitor, fosse ele ou não partícipe daquele contexto, teria acesso, pela fala da reportagem e pelo recurso da fotografia, aos trajes das senhoras no baile do Club dos Diários<sup>21</sup>, à lista dos que compareceram ao batizado do filho do conde de Figueiredo (o que tomou mais de meia página da revista), à

<sup>20</sup>O repórter cita o nome dos participantes mais proeminentes e descreve o entrudo: a movimentação das famílias nos palacetes e das delegações da diplomacia estrangeira nos automóveis e carruagens, de onde jogava-se confete, água e limões de cheiro.

<sup>21</sup>O narrador conta em detalhes quem estava presente no jantar de encerramento do ano no Club dos Diários (menu em francês); lista todos os partícipes (provavelmente por ser de bom-tom citá-los, pela proeminência social e política dos participantes, ou também porque todos gostariam de ver seus nomes ali registrados), entre eles sócios do clube, políticos, diplomatas, jornalistas dos jornais cariocas *Correio Mercantil*, *O Paiz*, *Jornal do Commercio*, *A Notícia*, *Gazeta de Notícias*, *Correio da Manhã*.

descrição minuciosa do piquenique no parque Cr merie Buisson<sup>22</sup> (três páginas, incluindo a relação de todos os participantes, fotos de grupos ricamente trajados, publicação do menu do piquenique, em francês), ao programa dos concertos realizados no referido clube. Como assinala Sevcenko,

Na dinâmica da nova ordem, tanto ampliou-se a construção de uma consistente esfera pública, reforçada pela expansão crescente da imprensa e das oportunidades de convívio cultural, quanto se agudizaram os sentidos e valores associados ao desfrute de experiências de privacidade. Esse, contudo, é o panorama ideal, na medida em que as condições históricas do país tornam tanto a participação no contexto do espaço público quanto o gozo da privacidade privilégio de poucos (SEVCENKO, 1998: 30).

Aos jornais também competia esse função descritiva, de intimidade da vida social, de imbricação do público e do privado para seletos grupos, como se observa em texto da *Tribuna de Petropolis*<sup>23</sup> de 10/12/1903: “Continua a subida de famílias e cavalheiros. Para o conhecimento das pessoas aqui residentes, resolvemos publicar o registro diário dos hóspedes dos principais hotéis e casas de pensão existentes nesta cidade”. Discurso de reconhecimento, igualmente observado na *Gazeta Fluminense*<sup>24</sup>, em 20/12/1905: “Acha-se nesta cidade, desde ante-hontem, o Sr. Presidente da República, que com a sua respeitável família vem aqui veranear. Foi recebido na estação The Leopoldina Railway pelos Srs. ministros do Exterior e da Fazenda, corpo diplomático, bispo diocesano (...)”.

Lugares de memória, a revista e os jornais atrelam a imagem de Petrópolis   identidade do grupo que frequ ta seus salões, clubes, ruas e parques, executando assim o exercício de colar a identidade da Nação   da elite, de agregar o coletivo ao individual, segundo um projeto que seguia códigos rígidos de racionalização do comportamento e das práticas sociais. “A atomização de uma memória geral em memória privada d  à lei da lembrança um intenso poder de

<sup>22</sup>Provavelmente, o nome do parque é uma homenagem ao francês Jules Buisson, criador, em Petrópolis, da Fruiti re Buisson, ou Cr merie Parisienne, depois Cr merie Buisson. “Foi ele que deu a Petrópolis e ao Rio queijos e manteiga fresca; antes, tudo vinha em lata da Europa” (FERREZ, 1948: 39).

<sup>23</sup>A *Tribuna de Petropolis*, lançada em 09/10/1902, circula até os dias atuais. Foi o primeiro jornal diário da cidade. Sucedeu O Povo (27/07 a 05/10/1902), que, por sua vez, era sucedâneo do jornal *Cidade de Petropolis*, que circulou de 07/05 a 30/07/1902.

<sup>24</sup>A *Gazeta Fluminense* foi lançada em 1905, durando apenas um ano. Ainda assim, foi órgão representativo da imprensa petropolitana. No próximo capítulo, a *Gazeta de Petropolis*, a *Tribuna de Petropolis* e a *Gazeta Fluminense* serão analisadas com mais detalhes.

coesão interior. Ela obriga cada um a se lembrar e a reencontrar o pertencimento, princípio e segredo da identidade” (NORA, 1993: 18). Nessa tendência se observa a transformação da temporalidade, demarcada pela estação climática, em emblema representativo daquele poder e em exercício de costura da identidade. O fato de os meses do verão serem reservados à celebração do ócio da elite, naquele microcosmo urbano, revela esse propósito, como comprova a notícia publicada na *Gazeta Fluminense*:

Deve realizar-se a 31 do decorrente o baile com que o Clube dos Diários iniciará as festas que pretende dar durante a estação. Ao que nos informão [sic] esse baile será brilhante, concorrendo a elle todo o corpo diplomático. A ornamentação do bello salão da festa foi confiada á acreditada casa Flora, do Rio de Janeiro. O buffet será fornecido pela Casa Cavé (*Gazeta Fluminense*, 22/12/1905).

No calendário da cidade, o tempo é delimitado pelo início e pelo fim do verão. O tempo do trabalho não existe ali, ao menos nas narrativas, que ressaltam a transformação (com um certo orgulho e satisfação) do contorno social da cidade ao longo da estação. “Diz A Notícia que o Sr. Campos Salles, presidente da República e sua família subirão para Petrópolis logo que se encerrarem os trabalhos legislativos”, registra o redator da *Gazeta de Petropolis* em 3 de dezembro de 1898. Por este viés, vale observar a crônica publicada no jornal *Tribuna de Petropolis* em 29 de dezembro de 1906, cujo autor assina sob o pseudônimo de Epaminondas<sup>25</sup>:

As cidades, como os bairros e as ruas, apresentam fisionomias humanas, distinguem-se umas das outras, individualizam-se por meio de traços característicos, de aspectos próprios, de particularidades singulares, que não deixam de exercer certa influência sobre as idéias e as sensações dos indivíduos humanos. Há cidades que sugerem o suicídio, como as há que despertam intenso amor à vida (...). Ninguém ainda se lembrou de observar os crimes e os suicídios que se perpetram no Rio de Janeiro (...). Na Saúde, no Saco-do-Alferes e na Gamboa rompem-se bandulhos a faca e a navalha, abrem-se cabeças a cacete; em San Cristovam dão-se tiros de revólver (...). Na rua do Ouvidor as agressões são de língua, descompõe-se, intriga-se, mete-se a catana no próximo. Em Botafogo e adjacências guarda-se até no desespero extremo a elegância da zona (...). Petrópolis é a cidade do Amor e do Sonho: é Walkiria e odalisca. No inverno (...) tem a

---

<sup>25</sup>É desconhecida a identidade do cronista.

vaporosidade seráfica, a graça aérea e mística, o tom misterioso desses seres lendários da terra em que desliza o Reno (...). Com os primeiros dias de Dezembro... sem perder o tom espiritualíssimo de Walkiria, adquire (...) uns voluptuosos ares de lânguida assaki (*Tribuna de Petropolis*, 29/12/1906).

A “cidade do Sonho”, que no inverno hibernava sem a movimentação dos “encantadores” – a expressão é de João do Rio para expressar a elite republicana -, que desciam a serra assim que findava a estação calmosa, se enchia de voluptuosidade e elegância em dezembro, quando se iniciava a estação que, a cada ano, cobriria os salões de brilho e *glamour*. O narrador denigre o Rio, ao referir-se à cidade como cenário em que proliferam crimes e suicídios e a tratar seus bairros como decadentes, física e moralmente, enquanto exalta Petrópolis, denominando-a a “cidade do Amor”. Com a mesma autoridade de crítico observador, discorre reflexivamente sobre a fisionomia humana de alguns bairros e da Rua do Ouvidor. Delega a esses “personagens” a possibilidade de reprodução, em imagens próprias e autônomas, de alegorias de uma época, ou mesmo de um estado de espírito.

De fato, não é incorreto afirmar, por intermédio da análise do cronista, que a configuração das ruas e dos bairros reflete uma nova maneira de habitar o mundo. Microcosmos de sociabilidade, transgrediam os limites físicos impostos pela ordenação geométrica para revelar as nuances da modernidade e de sua paleta cromática, dividida entre os matizes alegres da efervescência pública dos salões, cassinos e bulevares, da velocidade dos bondes, automóveis e imagens dos cinematógrafos, e os sombrios tons da privacidade que justificam crimes e suicídios. Tal multiplicidade de matizes traduz a cidade moderna policromática, vivenciando sua dualidade.

Se em Petrópolis não havia bairros e ruas contaminados pelo vício da cidade moderna, convertia-se, como um todo, na representação do amor e do sonho, “odalisca” e “Walkíria”. Amor tão escasso num tempo em que a velocidade já limitava as relações interpessoais, sonho quando a aceleração dos tempos modernos alimentava sentimentos frívolos. Feita pouso para onde

acorririam os que podiam pagar os custos com o transporte para se chegar até lá<sup>26</sup>, ou para aqueles que construíaam palacetes apenas para usufruto em alguns meses do ano, Petrópolis era o cenário ideal, peculiar e seletivo, para a classe arriuísta emergida com a República; a cidade como espaço privado, onde todos se reconheciam e queriam ser vistos – ser ali visto, naturalmente, era ser bem-visto. Frequentada pelo mesmo grupo decantado que circulava nos salões de Botafogo ou no calçamento da Avenida Central, Petrópolis traduzia o refinamento de uma casta que pode se dar o luxo de transitar por lugares onde não havia manchas, somente os tons de uma alegre e promissora modernidade.

Casta que se concede o privilégio, findo o período da labuta, de celebrar o lazer, na cidade que é quase um sinônimo desse tempo voltado para o gozo e a recreação: “A nossa cidade já vae tomando o mesmo garrulo aspecto das estações anteriores, animando-se sensivelmente nestes últimos dias com a chegada de um crescido número de famílias, que habitualmente veraneiam nesta capital”, escreve o redator da *Gazeta de Petropolis*, em 25 de dezembro de 1900. Se os registros da imprensa escrita assumiam a forma de documento de reafirmação do poder para aquela classe e de progresso de sua memória coletiva, como postula Le Goff, o balizamento sazonal era transformado em “monumento comemorativo de um acontecimento memorável” (LE GOFF, 1986: 431), o verão.

Ao longo da estação transformada em monumento comemorativo, a valorização dos ideais de conforto individual e bem-viver ganham o respaldo da publicidade, narrativa que na *Verão em Petropolis* vem apoiada por fotos, ilustrações e a descrição, em texto, dos produtos e serviços a serem consumidos. A publicidade reflete a importância da tecnologia, da moda, do turismo, do lazer e do consumo de produtos importados e de outros (como charutos, perfumes e medicamentos inovadores), restritos a uma classe urbana que, pelos hábitos de consumo, agora se distinguia da sociedade tradicional. Em obediência ao projeto gráfico harmônico e equilibrado da publicação, de design em estilo *art nouveau*,

---

<sup>26</sup>As altas tarifas de transporte para Petrópolis foram até motivo de ensaio do escritor Carlos Augusto Taynay, em 1862, reeditado pelo Museu Imperial em 1957. Chegava-se a Petrópolis por intermédio do transporte intermodal, que interligava a Praça Mauá à cidade. A navegação da Prainha (atual P. Mauá) ao porto no fundo da Baía de Guanabara contava com embarcações chamadas “Petrópolis”. Do porto os viajantes subiam a serra por carro à tração animal, em princípio, e por trem, a partir de 1883. Em 1910 o prolongamento da malha ferroviária levou o trem até o centro do Rio. Anos depois, o automóvel particular subia a serra pela estrada União e Indústria, levando seus passageiros para um passeio ainda acessível a poucos.

imitando rendas e bordados, a publicidade é rigidamente disposta: nas 11 primeiras páginas, 24 anúncios, sendo 12 de estabelecimentos comerciais, serviços e negócios do Rio e 12 de Petrópolis; nas 11 últimas páginas, 32 anúncios, sendo 13 de Petrópolis e 19 do Rio.

Publicidade abundante, que ocupa 22 páginas da revista, enquanto o editorial toma 27 páginas: uma confirmação de que a vida social e o consumo de produtos e serviços por essa classe eram dois lados de uma mesma moeda, o que coloca a narrativa jornalística e a narrativa publicitária em níveis de igual importância e como reflexo dos conceitos e valores da nova camada aburguesada. Os anúncios, em sua maioria de casas de comércio do Rio, eram certamente dirigidos para o público leitor que freqüentava as duas cidades, consumia produtos e utilizava serviços em ambas as praças. E somente tamanho volume de anunciantes possibilitaria o custeio de publicação tão sofisticada, confeccionada com papel de qualidade e recheada de fotos, tecnologia ainda cara para a imprensa da época.

No primeiro anúncio da publicação<sup>27</sup>, de página inteira, ganha destaque a ilustração da fábrica da cervejaria Bohemia, instalada em Petrópolis desde meados do século XIX. No desenho, o casarão tem ao fundo a silhueta de uma montanha, e sobre ele a logomarca da bebida, que traz a imagem de uma jovem alemã. O texto ressalta a modernidade da fábrica e a preocupação dos fabricantes da cerveja com a saúde do consumidor, daí a produção da bebida com água de qualidade, analisada no Laboratório Nacional de Análises, no Rio. Diz o anúncio: “Esta fabrica de cerveja, a mais moderna de todas do Brazil, montada com machinismos e aparelhos os mais aperfeiçoados, e sita na saluberrima cidade de Petropolis, já é vantajosamente conhecida pela excellente qualidade dos seus productos” (*Verão em Petropolis*, 1903). O anúncio ainda ressalta, em letras de imprensa: “Encontram-se em todas as casas de 1º ordem”. Beber cerveja era também sinônimo de status.

Nos meandros dessa nova simbologia social impingida pelo consumo, a tecnologia moderna é um elemento primordial e de valorização dos produtos, que deveriam estar em sintonia com a demanda de um mercado consumidor exigente e atualizado. O anúncio da Casa Edison<sup>28</sup>, importadora, entre outros, de

---

<sup>27</sup>Anexo 6.

<sup>28</sup>Anexo 7.

equipamentos de som, utensílios elétricos e instrumentos musicais, é um apanágio de uma sociedade cosmopolita. Estabelecida na Rua do Ouvidor, publica anúncio de meia página na *Verão em Petropolis*: “artigos de luz incandescente, aparelhos para exercícios de força, cabides americanos, canetas, palmilhas, cintas e escovas electricas do Dr. Scotts, de Nova-York e todos os artigos americanos”. O proprietário, Fred. Figner, ainda anuncia: “grande reduções de preços em virtude de vantajosissimo contracto que acabo de fazer em Nova-York, Berlim, Inglaterra e Paris. Esses produtos para consumo privado, originários dos países desenvolvidos, repletos de “uma densa aura mítica”, no dizer de Sevcenko (SEVCENKO, 1998: 558), exerciam o fascínio e promoviam a admiração e a diferenciação na esfera pública.

Paradoxalmente portanto, ampliação do tempo e espaço privados para o interior do âmbito público e inserção da experiência íntima no plano regulado das energias aceleradas e dos mecanismos massificantes. No primeiro caso há um desinvestimento do público em favor do privado; no segundo, é o privado que passa a se modular por uma norma cada vez mais coletiva. Essa antítese caracteriza a condição por excelência do homem moderno. Na interseção entre os dois termos dessa dualidade, tirando todo o proveito da hesitação entre essas duas fidelidades incompatíveis, vai se inserir rapidamente o espaço da publicidade (SEVCENKO, 1998: 551).

A inserção da experiência íntima no âmbito público não encontra melhor tradução do que na moda. Representações ímpares da individualidade humana, resumos de uma atitude verdadeiramente moderna, os acessórios do vestir e do calçar refletem códigos de diferenciação social. Na *Verão em Petropolis*, vêem-se anúncios de casas de moda de Petrópolis (Notre Dame de Petropolis; Madame Carbonnelle; L. Attilio & C.; Casa do Canto; Casa de Bordados; Casa Olive) e do Rio (Maison Elegante; Armazens do Parc Royal; Casa Phoenix; Camisaria Americana; Águia de Ouro; Ao 1º Barateiro; Toilette das Crianças; Grande Estabelecimento de Fazendas Pretas; Barboza, Freitas & C.). O estrangeirismo nos nomes indica a tentativa de aproximação com Paris, que pautava os códigos de consumo na moda, para a elite nacional.

De fato, os anúncios revelam uma gama variada de estabelecimentos especializados na venda, segmentada por público (feminino, masculino e infantil),

de enxovais para festas, batizados ou velórios. Casas de moda que comercializam, acima de tudo, valores de consumo, alimentando sentimentos de pertencimento e de diferenciação para aquela classe, que se preocupava deveras não somente com os códigos de significação do próprio corpo, como também com a saúde e a preservação de seus bens simbólicos e materiais. Prova disso são os anúncios de seis seguradoras estabelecidas no Rio, especializadas na venda de seguros de vida pessoal, para famílias, previdenciários, de capitalização, marítimos e terrestres. Um segmento de negócio ativo e, provavelmente, bastante lucrativo, o que comprova a disputa por espaço publicitário na revista, cujo público leitor deveria ser alvo de interesse dessas companhias.

Analisando-as com distanciamento crítico, observa-se que essas narrativas promovem a comunicação do real com o imaginário, criam a mediação, a partir do instante em que divulgam valores comuns para o consumo, simbólico ou material. E serão esses valores que vão promover a coesão daquela classe aburguesada, seja por intermédio do relato do cotidiano social, seja pela propagação de bens materiais cujo consumo estimule sentimentos de identificação ou de diferenciação. Em um país em que a modernidade causava, entre as elites, a sensação de descompasso em relação ao desenvolvimento econômico e industrial das matrizes européia e norte-americana, a narrativa impressa nos meios de comunicação vão preencher esse vazio com a propagação do ideal de pertencimento classista.

Moderna arte da memória, a imprensa, por intermédio da reportagem, do noticiário mundano ou da publicidade, corrobora o sentido de coesão interior, orquestra a geografia das identidades – a expressão é de Martin-Barbero (2002: 277). Daí tornar-se necessário averiguar se a modernidade que se queria para o país, e que a cidade de Pedro confirmava, não somente era representada nas narrativas, como também os próprios periódicos e seus autores, lugares de memória e homens-memória, respectivamente, se incumbiam de difundir discursos unificados de poder representativos da classe hegemônica – equilibrando memória e esquecimento na medida de suas necessidades –, assimilando as formas do progresso e da modernidade nas entrelinhas.

Como pontua Ecléa Bosi, “há portanto uma memória coletiva produzida no interior de uma classe, mas com poder de difusão, que se alimenta de imagens, sentimentos, idéias e valores que dão identidade àquela classe (BOSI, 2003: 18).

Ao colaborar para a construção dessa memória com poder de difusão de um imaginário coletivo, a narrativa midiática propaga a identidade de classe, o que se poderá observar, como veremos a seguir, nos jornais *Gazeta de Petropolis*, *Gazeta Fluminense* e *Tribuna de Petropolis*. O levantamento dos dirigentes e editores desses jornais e da revista *Verão em Petropolis*, como também o mapeamento de outros veículos da mídia impressa que circulavam na cidade no período pesquisado (1898 a 1906) serão realizados, com o objetivo de apontar como se articulava aquela imprensa, a que vozes correspondia e dava vazão.