

UMA MODERNIDADE BEM-COMPORTADA.  
O PANORAMA DA BAÍA E DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO  
DE VÍTOR MEIRELES E LANGEROCK

Eliane Considera

Para o visitante que percorre a galeria do século XIX do Museu Nacional de Belas-Artes do Rio de Janeiro, é grande a surpresa ao ver a importância da pintura de paisagens na arte brasileira. Considerado um gênero menor dentro da história da pintura, muito menos valorizado do que outros, como o de cenas históricas e de retratos, a pintura de paisagens ocupa, contudo, um vasto espaço físico nos nossos museus e um lugar especial no imaginário do país.

Objetos não apenas da admiração estrangeira, essas paisagens estão cronologicamente organizadas na Galeria de Pintores Viajantes e na Galeria Nacional do citado museu e são basicamente de dois tipos: telas panorâmicas em que predomina o olhar de longe e pinturas de detalhes de paisagem nas quais o olhar de perto suscita uma sensação de intimidade, aconchego e de um certo saudosismo.

Coroando essa coleção, encontram-se os estudos do *Panorama da baía e da cidade do Rio de Janeiro*, de Vítor Meireles e Henri Langerock, pintados em 1887, *d'après-nature*, do alto do morro de Santo Antônio, e que só entraram para o acervo do Museu Nacional de Belas-Artes em 1922, por ocasião da Exposição comemorativa do Centenário da Independência do Brasil, num esforço de resgate da memória nacional.

Uma comparação inocente entre esses estudos e as primeiras telas panorâmicas do Rio de Janeiro do século XIX impressiona pelo "efeito de real" daqueles. Não se trata apenas de uma evolução de técnica, mas sobretudo do desejo de apreensão mimética que conduziu a intenção dos pintores do *Panorama* ao se entregarem por cerca de três anos ao empreendimento.

Mas, se hoje em dia esses estudos são altamente valorizados como uma das únicas telas de paisagem de Vítor Meireles e como uma pálida lembrança do próprio *Panorama*, não houve o mesmo reconhecimento da crítica de arte no final do século passado e nem das autoridades competentes para garantirem sua conservação após a morte do pintor. Embora em voga havia um século na Europa, o fenômeno do panorama só chegou ao Brasil com o de Vítor Meireles e Langerock e só depois de ele ter sido referendado por uma passagem pela Europa. Seu tema, a cidade e a baía do Rio de Janeiro, repetidamente explorado pela pintura de paisagem clássica, pela gravura e por outros panoramas<sup>1</sup>, apresentava-se então pela primeira vez a seus próprios habitantes como espetáculo organizado, envolvido pela aura mágica da arte, que o transformava em um outro diferente.

A idéia de pintar um panorama da cidade do Rio de Janeiro nasceu em 1885, quando da visita de Langerock ao Brasil. Conhecido pintor de paisagens na França,

1. O primeiro panorama do Rio de Janeiro foi pintado por Romny, segundo desenhos de Félix-Émile Taunay, em 1824.



veio como pintor viajante, expôs seus quadros, travou contatos com artistas brasileiros e aproveitou para registrar recantos de nossa paisagem, sendo seu trabalho muito elogiado<sup>2</sup>.

É certo que a presença do pintor foi fundamental para a decisão de Vítor Meireles de criar uma empresa em comandita por ações simples, que tinha como objetivo empreender e executar o *Panorama da baía e da cidade do Rio de Janeiro*, com 35 ou 40 metros de diâmetro por 14 metros de altura (tamanho padrão), segundo atelier que se poderia encontrar em Paris, Bruxelas e Ostende<sup>3</sup>, para a execução do trabalho.

Desde o início, a intenção era iniciar o empreendimento pela Europa, escolhendo grandes cidades (Londres, Paris, Berlim, São Petersburgo, Viena, Roma e Nápoles, entre outras) como locais para a exposição pública e só depois levá-la para as duas Américas<sup>4</sup>.

O material usado na confecção da tela era relativamente pouco sofisticado: três torres de madeira de 14 metros de altura, anilhas de ferro e uma plataforma de onde se veria o efeito do trabalho, além da tela e das tintas<sup>5</sup>. Para a exposição da pintura, seriam alugados os edifícios dos panoramas já existentes nas grandes capitais européias.

O capital necessário à empresa, 150 contos de réis, foi obtido na venda de cotas comanditárias, no valor total de 108 contos de réis, cabendo aos dois sócios solidários os 42 contos do “valor da indústria”, ou seja, o valor do trabalho. Cada cota-parte foi vendida por 200 e 500 mil réis, participando ainda Langerock e Vítor Meireles na compra de algumas ações. Uma folheada no Livro de Registros da Junta Comercial, encontrado no Arquivo Nacional do Rio de Janeiro, permite concluir que 150 contos de réis era uma quantia razoavelmente elevada para o capital das empresas que se criavam no Brasil do final do século. A sociedade deveria manter-se por 6 anos, tempo necessário para pagar suas despesas e gerar lucros.

No Brasil, o sucesso do empreendimento deveu-se, em grande parte, ao renome de seu sócio principal, Vítor Meireles, pintor conhecido por seus quadros históricos. O apoio financeiro à empresa obedecia a critérios extra-econômicos, como a confiança atribuída àquele que encabeçava a iniciativa e o reconhecimento da capacidade dos dois sócios solidários para levar a cabo a tarefa de pintar a tela e expô-la no mercado internacional.

Para compreender as razões que levaram Vítor Meireles a se lançar num empreendimento desses, devemos considerar as dificuldades enfrentadas pelos artistas para viverem unicamente de sua profissão no Brasil do século passado. Apesar de ocupar

2. Vários jornais da corte comentavam a exposição de Langerock em 22 de junho de 1885, em que foram apresentados “seis encantadores quadros, tocados com muita segurança, executados com rara habilidade de perspectivas: *Jogo de bola, Uma pescaria no reinado de Luís XIV, Paisagem de França e 4 estudos da natureza no Brasil*”, *A Semana*, 11 de julho de 1885, p. 3.

3. Registro n. 29508 da Junta Comercial da Corte de 1886.

4. *Idem, ibidem*.

5. *Idem, ibidem*.



um cargo de professor na Academia Nacional de Belas-Artes e de receber encomendas de Ministérios<sup>6</sup>, grande parte dos recursos do pintor vinha da pintura de retratos de benfeitores e doadores de ordens religiosas. Criar uma empresa de diversão popular numa sociedade escravista era, sem dúvida, uma atitude pioneira e arriscada, digna de um espírito empresarial inovador, sobretudo porque o lazer das camadas populares era praticamente inexplorado<sup>7</sup>. Tenha-se em conta que o *Panorama* era um espetáculo popular por excelência, um fenômeno de comunicação de massas economicamente rentável para seus empreendedores e ideologicamente eficaz para a propaganda governamental.

O *Panorama da baía e da cidade do Rio de Janeiro* não fugia a essa regra. Empresa comercial antes de tudo, foi exposto na Europa – em Bruxelas e Paris –, aproveitando momentos de grande afluxo para as Exposições Nacional e Universal. Desavenças internas entre os sócios solidários, lucros pouco vultosos e conseqüente desestabilização financeira do empreendimento trouxeram para o Brasil, pela primeira vez, esse espetáculo que se instalou numa área privilegiada da cidade do Rio de Janeiro – o Largo do Paço, atual Praça Quinze de Novembro, na parte central da cidade –, aproveitando-se assim a concentração populacional do centro urbano e a circulação de pessoas que iam e vinham a pé ou de bondes, freqüentar o comércio, os bares e os botequins das ruas mais movimentadas da cidade.

Podem parecer incoerente expor no Rio de Janeiro uma tela que mostrava exatamente a cidade e sua baía, paisagem em princípio acessível a todos. Mas, como disse Machado de Assis, no primeiro parágrafo de *Esau e Jacó*, “nem todos podem dizer que conhecem uma cidade inteira”. E, sobretudo, uma cidade vista do morro de Santo Antônio, “outeiro pobre, apesar da situação em que se encrava na cidade, as moradas, em grande maioria, feitas de improviso, de sobras e de farrapos, andrajosas e tristes como seus moradores”<sup>8</sup>, onde, provavelmente, grande parte da população carioca não se atrevia a subir.

Apostando sobretudo na novidade do fenômeno totalizante e embriagante do *Panorama* (diferente de tudo aquilo que já havia sido exposto no Brasil), no inusitado da vista e na composição artística da tela, Vítor Meireles a trouxe para o Brasil, dando à cidade do Rio de Janeiro um meio visual de apreender o que era mais vital para garantir sua identidade: a paisagem urbana. Mas que paisagem era essa que o *Panorama do Rio de Janeiro* apresentava aos moradores?

Primeiro de tudo, a tela não abrangia a cidade toda; restringia-se a mostrar a parte central, excluindo os bairros escondidos pelas montanhas da Glória (por exemplo, Botafogo, Laranjeiras e o Jardim Botânico). Mas não seria essa parte central da

6. À época da empresa do *Panorama*, Vítor Meireles já havia pintado seus quadros históricos mais conhecidos como: *Batalha do Riachuelo*, *Batalha dos Guararapes* e *Primeira Missa no Brasil*.

7. O lazer das camadas populares se reduzia aos botequins e aos jogos de péla nos frontões do Lavradio, mulheres e crianças excluídas. Luís Edmundo, *O Rio de Janeiro de meu tempo*, vol. 3, Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1938, p. 881.

8. *Idem*, vol. 1, p. 248.



cidade, densamente povoada, com seu casario colorido, a cidade pitoresca e civilizada que se queria mostrar? Essa paisagem que não se dava toda a ver – tornando-se totalidade coerente, fechada pela linha do horizonte, constituída pelo fundo da baía e da cadeia de montanhas – evidenciava o papel de capital, de pólo concentrador de riquezas e inovações da cidade do Rio de Janeiro.

A paisagem do *Panorama* não era sublime, não despertava medo ou sentimentos arrebatadores. Em vez de exaltar a natureza em estado puro, a tela valorizava a paisagem construída pelo homem, a cidade em seu sítio natural. Mais cultura do que natureza, mais *paysage composé* do que cópia pura e simples do real.

Essa paisagem foi composta a partir de estudos a óleo *d'après-nature* e fotografias, garantias de observação verídica da vista, o que transformou o *Panorama* num simulacro mais perfeito que a própria realidade. É o próprio Vítor Meireles que confessa sua intervenção – e invenção – de artista com o intuito de “condensar o que, derramado naturalmente, só pode ser apreciado por partes”<sup>9</sup>.

Nessa “construção” da paisagem urbana do Rio de Janeiro, muito deixou de ser visto. E, embora a tela dessa cidade “maquiada” já não exista, os estudos do *Panorama* atestam o desaparecimento da pobreza, da vadiagem, dos cortiços, das fachadas sujas e dos interiores maltratados, recorrentes nas áreas centrais do Rio e, sobretudo, nos morros. Deixava-se aparente o pitoresco, o exótico, o diferente, aquilo que realmente identificava a cidade dos trópicos, a cidade ainda colonial, ainda não embelezada, higienizada e europeizada pela reforma de Pereira Passos.

O pitoresco e o exótico eram as características principais da paisagem representada pelo *Panorama*, mas não privilégios exclusivos, pois se tratava de categorias que definiam e identificavam o Brasil no século XIX, presentes na maioria dos relatos e das imagens que enriqueciam a literatura de viajantes. Características que vinham de longa data, é certo, mas entremeadas, no século passado, por elementos modernos, como estrada de ferro, bondes, fábricas e teatros, que introduziam na velha imagem colonial as mudanças capitalistas que atestavam o progresso da capital, espelho do país todo<sup>10</sup>. A paisagem brasileira veiculada no estrangeiro pela pintura do *Panorama* no final da década de 1880 era a da corte desconhecendo as diferenças regionais.

Mas seria esse pitoresco moderno – que misturava a fascinação pelos costumes inusitados e a vegetação exuberante com os avanços da sociedade capitalista – um desejo nacional de ser conhecido no exterior como uma nação civilizada, mas com uma identidade própria, ou uma exigência do mercado europeu, em que circulava a ideologia do progresso, mola-mestra do mundo na direção da utopia?

As críticas dos periódicos franceses, em 1889, permitem supor que os traços de

9. Vítor Meireles, *O Panorama da baía e cidade do Rio de Janeiro tomado do Morro de Santo Antônio no ano de 1886, Notícia Explicativa*, Rio de Janeiro, Montalverne, 1890, p. 7.

10. “O Brasil, dizem os escritores notáveis, é o Rio de Janeiro, isto é: pela capital se avalia o grau de adiantamento deste vastíssimo país; da sua boa ou má reputação sanitária é que se julga a bondade ou a amenidade do clima de todos os estados”. *Idem*, p. 7.



modernismo na cidade pouco interessavam aos que assistiam ao espetáculo do *Panorama*<sup>11</sup>, e as palavras de Vítor Meireles confirmam essa impressão:

(...) os estrangeiros extasiavam-se diante dos esplendores do sol dourado nos cumes das montanhas, refletindo-se no sereno das águas, animando o colorido das flores e o esmalte das palmas balouçantes que se entremeiam nas edificações como oásis de verdura, não na aridez das areias, mas no multicolor das habitações das múltiplas e pitorescas formas.<sup>12</sup>

O mesmo se pode dizer da repercussão do pavilhão brasileiro na Exposição Universal de 1889: o Brasil ficou muito mais conhecido por sua estufa de plantas tropicais do que pela exposição de seus produtos agrícolas e industriais. Era o diferente da Europa que agradava aos observadores<sup>13</sup>, aquilo que a civilização havia destruído parcialmente no seio da sociedade industrial. Sentimento dúbio, na verdade, pois, ao mesmo tempo em que lamentava a perda do contato com a natureza, o desaparecimento das culturas e das paisagens regionais, o europeu comprazia-se por viver em local rico e industrializado.

O nacionalismo brasileiro impulsionou a pintura do *Panorama*, e esse desejo patriótico estava explícito nas palavras de Vítor Meireles ao lançar sua empresa como uma arma de propaganda para convencer a população européia a migrar para o Brasil que, em 1885, estava em frenética campanha abolicionista, e em que a substituição da mão-de-obra escrava era necessária e premente.

Foi contando com divulgação na Europa desse pitoresco modernizado que o governo imperial brasileiro capturou a empresa do *Panorama* de Vítor Meireles para a Exposição do Centenário, colocando a obra no catálogo para apreciação do júri. A empresa comercial, fruto do interesse econômico – vestida de sua roupagem moral, apoiada em sua justificativa ética, premiada pelas autoridades estrangeiras<sup>14</sup> –, divulgava a imagem antiga do Brasil como de terra da promessa, mas muito mais tangível por

11. "Il [le *Panorama de Rio de Janeiro*] n'est pas sans valeur. Les passagers, les verdure et les lointains sont joliment traités; la ville elle-même, qui s'étend aux pieds des spectateurs est d'un rendu un peu sec et les maisons sont confuses; mais l'ensemble est lumineux et chaud". Brincourt, "Les Panoramas autour de l'exposition", *La Construction Moderne*, n. 4, jan., 1890, p. 150.

12. Vítor Meireles, *Relatório apresentado as Srs. sócios da empresa do Panorama da bahia e da cidade do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, Montalverne, 1889, p. 15.

13. "Et Rio de Janeiro? Une ville curieuse, non pas une belle ville. Point de monuments remarquables; des rues étroites, mal pavées où les voitures tressaillent à chaque tour de roue et secouent les voyageurs. Par contre, beaucoup de coins pittoresques, amusants à croquer au passage. Vous avez déjà entendu parler de la rue d'Ouvidor? La rue du commerce européen, une rue à boutiques, une rue à trottoirs. Ce n'est point chose si commune dans la capitale du grand Empire américain du sud. Entre nous, rien de plus laid que le Palais Impérial, crépi de jaune. Vous parlerai-je de théâtres? Des bicoques. Des Eglises? Des édifices du plus mauvais goût, affligés de décorations toutes à l'espagnole, chargés et surchargés de dorures", Dumas et Fourcard, *Revue de l'Exposition Universelle de 1889*, Paris, Motteroz et Baschet, 1889, p. 349.

14. Embora o Panorama do Rio de Janeiro tenha ganho a medalha de ouro em sua categoria, seu sucesso junto ao público e na imprensa, na França, foi relativamente pequeno, devido à concorrência



estar adaptada aos tempos modernos. Mantinha-se a continuidade com o passado de modo a dar consistência à nação e a manter sua identidade.

Num requerimento à Câmara Municipal da Corte, um mês antes da proclamação da República, Vítor Meireles pediu autorização para erguer o pavilhão circular que abrigaria a tela do *Panorama* na cidade do Rio de Janeiro. Desde sua inauguração, em 3 de janeiro de 1891, até dezembro do mesmo ano, a rotunda de madeira, construída no Largo do Paço, foi freqüentada por aproximadamente 70.000 pessoas (15% da população carioca), segundo dados publicados diariamente pelo *Jornal do Comércio*<sup>15</sup>, número muito mais expressivo do que aquele que prestigiou o espetáculo na Bélgica (50.000 pessoas em sete meses de exposição) e na França. Um sucesso de público<sup>16</sup> pouco anunciado na imprensa<sup>17</sup> e ignorado pela crítica.

Uma característica geral permeava as opiniões críticas sobre o *Panorama*: todas estavam mais preocupadas em julgar a verossimilhança<sup>18</sup> do trabalho do que em analisá-lo como um fenômeno da modernidade, um novo meio de representação da realidade, que utilizava uma nova visualidade. Nenhum crítico compreendia que o *Panorama* deveria ser julgado mais pelo “efeito de real”, provocado pela colocação do sujeito no centro do objeto, numa “perspectiva própria de Deus” e que gerava a sensação de poder e domínio sobre a tela vista, do que como um quadro de grandes dimensões do qual o naturalismo era a categoria chave de apreciação.

Mais do que essa incapacidade teórica de compreender o *Panorama*, os críticos se preocuparam pouco em julgá-lo devido a seu caráter francamente popular. Suas portas se abriam a todos sem exceção. Espetáculo democrático<sup>19</sup>, espaço de diversão

dos panoramas franceses e das inúmeras outras atrações da Exposição Universal. Sobre o assunto, consultar a documentação relativa à Exposição Universal de 1889 e aquela gerada pelo próprio Vítor Meireles, *Notícia Explicativa do Panorama da bahia e cidade do Rio de Janeiro*, de 1890, e o *Relatório apresentado aos Srs. sócios da empresa do Panorama da bahia e cidade do Rio de Janeiro*, de 1889.

15. Já em 1892, o *Jornal do Comércio* não publicava mais a freqüência ao *Panorama*. O professor Donato Mello Júnior afirmou que Vítor Meireles desativou a Cia do *Panorama* do Rio de Janeiro em 1893. Donato Mello Júnior, “Vida e obra de Vítor Meireles”, *Revista do Instituto Histórico e Geográfico*, n. 147(350), jan.-mar., 1986, pp. 111-133.

16. Animado com o bom resultado financeiro deste primeiro *Panorama*, Vítor Meireles se lançou ainda duas vezes nesse tipo de empresa, mas então com telas de temas históricos (*A entrada da esquadra legal* e *O panorama da descoberta do Brasil*).

17. De 24 a 28 de fevereiro de 1891, o *Jornal do Comércio* publicou um grande anúncio do *Panorama* no qual Vítor Meireles chamava a atenção para o caráter inédito do espetáculo no Brasil e para seu efeito ilusionista. Até agosto do mesmo ano, esse anúncio foi repetido mensalmente.

18. “Trabalhado de modo consciente, cioso de uma pincelada viva e firme que se constitui toque característico da Arte, o panorama de nossa cidade vista do morro de Santo Antônio é de um efeito deslumbrante de verdade e perspectiva”. In: *Revista Ilustrada*, n. 611, jan., 1891, p. 1.

19. Na verdade, uma pré-seleção consciente do público se fazia pelo preço da entrada do espetáculo, que variava segundo os dias da semana: “Quartas e sábados, 2\$ por pessoa, dias escolhidos para o *high life*”. In: *Jornal do Comércio*, 28 de fevereiro de 1891, seção de anúncios.



pública que não excluía nem pobres, nem mulheres, nem crianças<sup>20</sup>, o *Panorama* ajudava a moldar uma ideologia nacionalista através da educação do olhar, da admiração das belezas naturais e dos traços culturais típicos do Brasil, num ambiente calmo e sem violência. Ao valorizar a descrição da paisagem percebida sensorialmente pela visão, e não sua narratividade, excluindo de chofre a necessidade do conhecimento prévio para o seu desfrute, o *Panorama* deselitizava a arte e escapava ao discurso da crítica clássica.

O *Panorama da baía e da cidade do Rio de Janeiro* foi objeto ainda de um outro olhar, diferente do de seus pintores e de seu público<sup>21</sup>: o de seus críticos mais ferinos, participantes de uma corrente reformadora e republicana que se manifestava na imprensa, inclusive na *Revista Ilustrada*, de Angelo Agostini. São dele as palavras: “é irrisório dizer, repetimos, que tudo será esquecido à vista do tal *Panorama*, que afinal, pouco mais vem a ser do que a vista de uns feios telhados, numa área irregularmente cortada de ruas estreitas e imundas”<sup>22</sup>. A crítica de Agostini representava os setores urbanos do Rio de Janeiro desejosos de uma reforma radical da cidade, ao estilo francês, que transformasse seu aspecto físico, embelezando-a, higienizando-a, modernizando-a.

O projeto de remodelação da cidade existia desde os anos 1870, tendo-se realizado em 1902, com a reforma de Pereira Passos. Não sobraria pedra sobre pedra em certas áreas do centro do Rio de Janeiro. Passados os primeiros anos da República, a construção da identidade nacional precisou de roupa nova. O fenômeno da extensão hegemônica da mentalidade burguesa se projetou num traçado urbano supermoderno, emprestado à Europa, que renegava de vez o passado. O pitoresco passou a ser considerado pobre, feio, violento, anti-higiênico, insano.

Queremos razões melhores para compreender porque a tela do *Panorama da baía e da cidade do Rio de Janeiro* apodreceu num galpão da Quinta da Boa Vista. Terá sido simples descaso da direção da Escola Nacional de Belas-Artes ou ato deliberado para enterrar com ela aquela imagem sem dignidade, sem realeza, simplória mesmo, de uma cidade que despontava como capital do país mais promissor da América do Sul? Para falar dessa nova cidade, ninguém melhor do que Augusto Malta<sup>23</sup> e um aparelho antigo, uma câmara escura, mas que produzia imagens claras, nítidas e modernas.

---

20. “Ele [o Panorama] atrai geralmente todas as classes sociais. O homem ilustrado como o ignorante ali se encontram porque um e outro podem-no apreciar por maneira diferente”. In: *Prospecção da Companhia do Grande Panorama Nacional*, Rio de Janeiro, Typographia Fernandes Ribeiro, 1884.

21. Infelizmente não me foi possível ter acesso ao “livro de impressões” dos visitantes do panorama em que “Quanta hipóbole, quanto pensamento estrambólico ou desopilante nele (os visitantes) escreveram”. Cf. Escagnolle Dória, “Três Panoramas Cariocas”, *Revista da Semana*, Rio de Janeiro, set., 1932.

22. *A Revista Ilustrada*, n. 419, out., 1885, p. 3.

23. N. da org.: Ver, mais adiante, na Sessão 7, a comunicação de A. M. Mauad.