

Figura 0 Fotografía aérea de Copacabana. Fuente: Revista Manchete Edición Especial 1968, p.09



Secuencia: Distanciamientos

Fotos: Vinicius Coutinho

# COPACABANA, ÍCONO DEL OCIO TURÍSTICO Y SÍMBOLO DE LA MODERNIDAD BRASILEÑA: LA TRANSFORMACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DEL PAISAJEA TRAVÉS DE LA IMAGEN MEDIÁTICA<sup>1</sup>

COPACABANA, ICON OF TOURIST LEISURE AND SYMBOL OF BRAZILIAN MODERNITY: THE TRANSFORMATION AND CONSTRUCTION OF THE LANDSCAPE THROUGH THE MEDIA IMAGE<sup>1</sup>

Thaise Gambarra Soares<sup>2</sup>

## RESUMEN

El presente artículo propone una reflexión acerca de la construcción del paisaje moderno en Copacabana, Río de Janeiro, a través de la imagen producida y difundida por las revistas de comunicación masivas. El objetivo es comprender los modos en que las *formas de ver* (Berger, 2000) y hacer ver de una imagen mediática participan en la construcción material y simbólica de los paisajes. En este sentido, se estudia dos conjuntos de imágenes fotográficas de la playa de Copacabana, difundidas en dos ediciones de la revista *Manchete* (1968 y 1971). En concreto, se busca identificar los elementos arquitectónicos, urbanos y las condiciones geográficas, que, articulados a los eventos políticos, sociales e históricos, atribuyeron a Copacabana un carácter de símbolo de la modernidad brasileña e ícono del ocio turístico. Se propone, asimismo, que la imagen fotográfica es un dispositivo tecnológico que no solamente representa este paisaje, sino que también participa en la construcción y difusión de las ideas y conceptos que conforman ese mismo paisaje.

Palabras clave: **paisaje, imagen, técnicas de representación, Río de Janeiro, playa, turismo.**

## ABSTRACT

This article proposes a reflection on the construction of the modern landscape in Copacabana, Rio de Janeiro, through the image produced and disseminated by mass communication magazines. The objective is to understand the ways in which the *ways of seeing* (Berger, 2000) and interpreting a media image participate in the material and symbolic construction of landscapes. In this sense, two sets of photographic images of Copacabana beach published in two editions of the magazine *Manchete* (1968 and 1971) are studied. Specifically, this research seeks to identify urban architectural elements and geographical conditions, which, linked to political, social and historical events, transformed Copacabana into a symbol of Brazilian modernity and icon of tourist leisure. Likewise, it is suggested that the photographic image is a technological mechanism that not only represents this landscape, but also participates in the construction and diffusion of the ideas and concepts that make up the same landscape.

Keywords: **landscape, image, techniques of representation, Rio de Janeiro, beach, tourism.**

Artículo recibido el 31 de agosto de 2016 y aceptado el 18 de noviembre de 2016

DOI: <https://doi.org/10.22320/07196466.2016.34.050.04>

[1] El presente artículo forma parte de los resultados de investigación desarrollada en el Programa de Doctorado em Arquitectura y Estudios Urbanos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, y financiado por CONICYT - PCHA/Doctorado Nacional/ 2015.

[2] Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile. [thaigambarra@gmail.com](mailto:thaigambarra@gmail.com)

---

## INTRODUCCIÓN. LAS PARTES Y EL TODO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL PAISAJE DE COPACABANA

En 1968 y 1971, la revista *Manchete*<sup>3</sup> publica dos ediciones especiales dedicadas a varias ciudades brasileñas, entre ellas, Río de Janeiro. En estas publicaciones, dicha ciudad, cuya imagen aparece en ambas portadas acompañada de los títulos “Retrato do Brasil” y “The new Brazil”, es elegida como la representación máxima del país (Figuras 1, 2, 3 y 4). Las fotografías presentadas mezclan el paisaje natural y la ciudad urbanizada, el mar y la densa construcción de edificios, el paseo peatonal por la playa y la fascinación por la era del automóvil, y, finalmente, el Cristo Redentor que desde lo alto mira hacia la Bahía de Guanabara.

A través de una profusa utilización de imágenes fotográficas, la ciudad de Río de Janeiro, entre fines de los 60 e inicio de los 70, es mostrada como ejemplo del dominio del hombre frente a la naturaleza (Bodei, 2011), de progreso, modernidad y desarrollo. Se trata de una ciudad que se emplaza y se funde con su condición geográfica, fuertemente vinculada con su playa (resultado de un largo proceso de (re)significación); una playa fundamentalmente urbana (condición que se inserta en el inicio del siglo XX en la cultura moderna carioca); el principal destino turístico del país.

Este artículo se basa en lo propuesto por Baczko (1985) y Joly (2002) sobre el carácter representativo existente en las imágenes producidas y difundidas por esta revista, y su capacidad de producir conceptos, expectativas, discursos y símbolos sobre el paisaje. El objetivo aquí es comprender la forma en que los *modos de ver* (Berger, 2000) y hacer ver propios de una imagen mediática participan en la construcción material y simbólica de los paisajes. Se entiende, en este sentido, que las imágenes producidas y difundidas por este tipo de revistas invitan a pensar una serie de cuestiones relacionadas a las transformaciones territoriales y paisajísticas asumidas por la ciudad, construyendo ideas de ciudad que son fundamentales en la construcción material y simbólica de los paisajes. En definitiva, se propone que la imagen fotográfica es un dispositivo tecnológico que no solamente representa este paisaje, sino que también participa en la construcción y difusión de las ideas y conceptos que conforman tal paisaje.

[3] Revista ilustrada brasileña de carácter informativo, publicada en Brasil por la Editora Bloch entre 1952 y el año 2000.

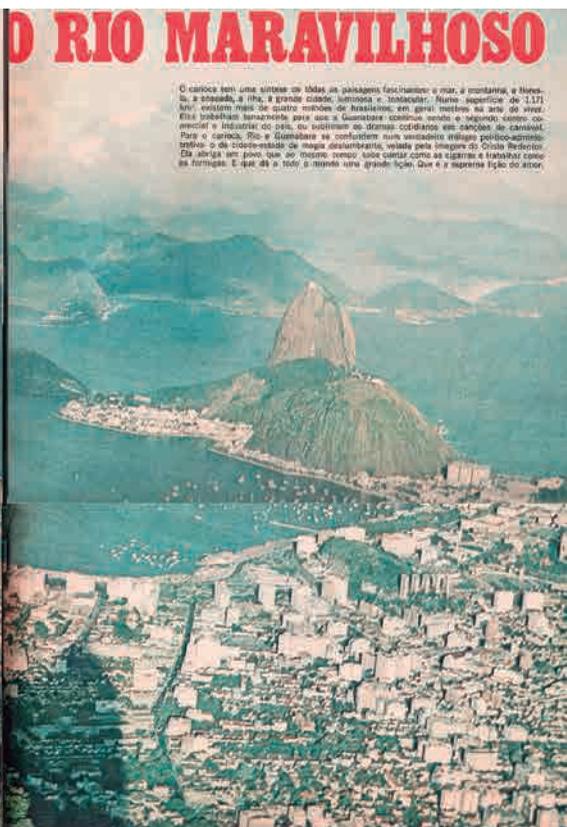
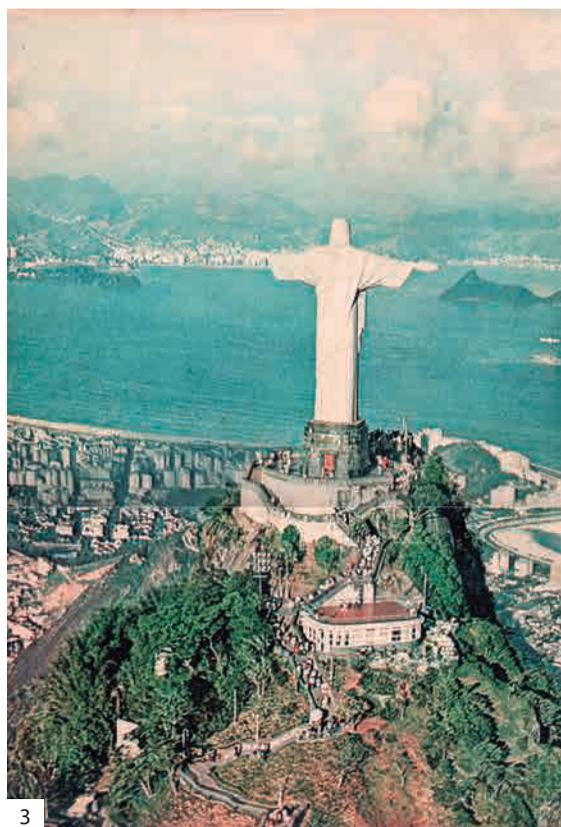
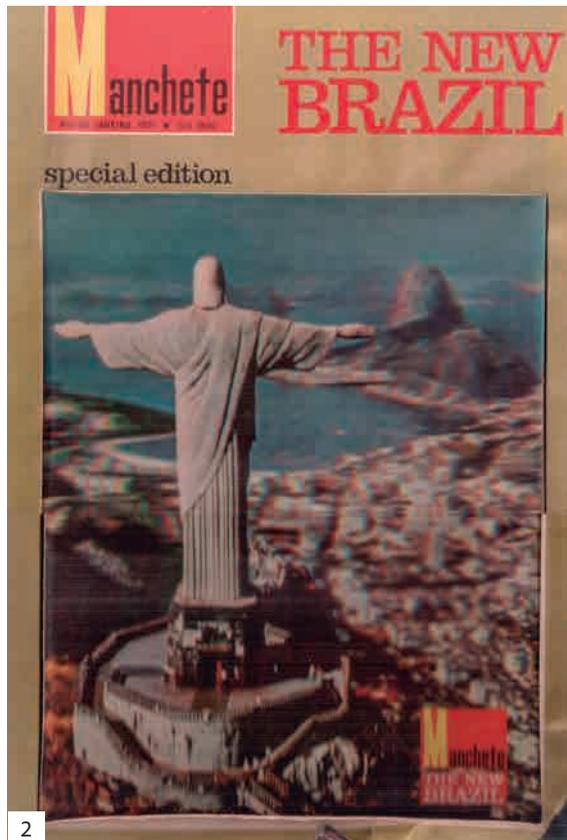


Figura 1 Fotografía del Cristo Redentor. Fuente: Portada de la revista Manchete, edición especial de 1968. / Figura 2 y 3 Fotografías del Cristo Redentor en primer plano y la Bahía de Guanabara al fondo. Fuente: Portada de la revista *Manchete*, edición especial de 1971 y revista *Manchete*, edición especial de 1968, pp.4-5.



4



5

Figura 4 Fotografía de la Bahía de Guanabara, al fondo el Pan de Azúcar y, en primer plano, el barrio de Botafogo. Fuente: *Manchete*, Edición Especial de 1971, pp. 6-7. / Figura 5 y 6 Serie de imágenes de la playa de Copacabana: vista en vuelo de pájaro de la playa y la densa ocupación urbana, personas en trajes de baño bajo el sol, y el paseo marítimo con una serie de autos en su costado y quitasoles de colores; y vista en vuelo de pájaro de la playa de Copacabana, destaque para el nuevo paseo marítimo y la densa fachada marítima. Fuente: Revista *Manchete*, Edición Especial de 1968, pp. 8-9 y de 1971, pp. 10-11, respectivamente.

MÉTODOLÓGICA Y FUENTES

El trabajo analiza dos conjuntos de imágenes fotográficas de la playa de Copacabana, difundidas en dos ediciones (1968 y 1971) de la revista *Manchete*<sup>4</sup>. Dicha revista fue partícipe de un doble proceso de modernización: de la prensa (formato, impresión, uso de la fotografía y contenido) y de las imágenes de la sociedad y la ciudad moderna (hábitos, indumentarias, infraestructuras urbanas y arquitecturas). El análisis llevado a cabo permite, ciertamente, poner en relación estos dos procesos, al menos en el universo de la representación. Desde ese horizonte, se busca confrontar los elementos arquitectónicos, urbanos y las condiciones geográficas presentes en las fotografías con los eventos políticos, sociales e históricos de la época de publicación, teniendo así en consideración el conjunto de componentes que conforman a estas imágenes: la fuente emisora (aquellos que producen la foto y el texto le que acompaña), el medio receptor (el público) y el canal de transmisión (la propia revista) (Barthes, 1986:11). Tal estrategia permite poner las imágenes en contexto, dando sentido a los procesos establecidos por la revista y las representaciones por ella creadas.

De manera general, la revista no tenía un proyecto ideológico claro, pues siempre se mostraba “favorable” a los grupos que detentaban el poder del Estado: en el segundo gobierno Vargas (1951-1954), en el gobierno de Juscelino Kubitschek (1956-1961) y, más explícitamente, en la Dictadura Militar (1964-1985). Durante este último periodo, *Manchete* incorpora integralmente la ideología/discurso oficial del Estado acerca de “seguridad y desarrollo”, como también del “milagro económico” que el país habría estado viviendo en esos momentos, gracias al fomento de la “competencia” incentivada por los militares (Martins, 1999:41 y 98).

Las dos publicaciones referidas en este artículo se enmarcan en dicha etapa. Y ambas, impresas en portugués y también en inglés, tenían el objetivo de servir de instrumento de difusión del país hacia los mismos brasileños pero, sobre todo, hacia los extranjeros. Una difusión no sólo con fines turísticos, sino cuyo principal objetivo era difundir el citado discurso de los años de la dictadura militar, refiriéndose entonces al “país del futuro”, que mostraba un “crecimiento económico jamás visto”, pleno de modernidad y progreso. Esto ayudó al gobierno brasileño a conquistar consenso alrededor de su proyecto de desarrollo económico y así justificar el

[4] *Manchete* fue considerada la segunda revista más popular del país (superada solo por *O Cruzeiro*). Según su fundador, Adolpho Bloch, el objetivo de esta publicación era mostrar a través de una serie de fotografías en colores y textos las “bellezas del Brasil y las manifestaciones de su progreso” (1952:3)

[5] Término utilizado para referirse a una época de crecimiento elevado durante la Dictadura Militar en Brasil, entre 1968 y 1973. En este periodo, el país creció entre 9,8%, al año en 1968, hasta el 14%, al año en 1974. Sin embargo, tal crecimiento también representó un aumento en la desigualdad y concentración de la renta. Fueron años en los que se incentivó el nacionalismo, patriotismo, chauvinismo, liberalismo y moralismo.



autoritarismo político o la represión social (ausente en estas imágenes), como una condición necesaria para la continuidad del “milagro económico brasileño”<sup>5</sup>.

DEFINIENDO “CULTURA” Y DESCRIBIENDO IMÁGENES: COPACABANA EN 3 CUADROS

Entre la diversidad de imágenes mostradas por las dos ediciones de la revista *Manchete*, dos conjuntos de imágenes, en especial, llaman la atención (Figuras 5 y 6), pues retratan la playa de Copacabana a partir de dos miradas, representaciones del paisaje, “visiones cerradas en sí mismas y sentidas como unidades autosuficientes [partes], aunque entrelazadas con un espacio y un movimiento infinitamente más extensos [...] que pertenecen a la naturaleza como Todo” (Simmel, 2013:9)<sup>6</sup>. Así, presentan elementos individualizados repletos de significaciones, muestran los hábitos, la moda, el cotidiano, la arquitectura, la forma, el proyecto urbano; representaciones que dan pie a reflexionar sobre el paisaje y la cultura, en fin sobre la ciudad.

Sin embargo, para comprender aquello sobre lo cual se busca reflexionar es necesario cuestionar ¿qué es lo que se entiende aquí por “cultura”? Siguiendo a Flores (1990:108), “cultura” es “la forma con el que las comunidades humanas interpretan, simbolizan y transforman su entorno”; es un patrón(o patrones) de significados sobre el entorno, un sistema de concepciones expresadas en formas simbólicas, transmitidas históricamente, sobre las cuales la comunidad humana desarrolla sus conocimientos y actividades. En ese sentido, la idea de este artículo consiste en identificar, en los mencionados dos conjuntos de imágenes, que serán descritos abajo, los elementos arquitectónicos, urbanos y las condiciones geográficas (elementos que transforman o signan el entorno), que, articulados con los eventos políticos, sociales e históricos, atribuyeron a Copacabana un carácter de símbolo (representación del fenómeno) de la modernidad brasileña e ícono (imagen que imita a lo que es signado) del ocio turístico.

El primer conjunto de imágenes (Figura 5) presenta el intenso uso de la playa. Por un lado, muestra la vastedad del mar, azul, translúcido, que al tocar la costa, se enfrenta a la densa ocupación urbana. Al medio, la franja

[6] Aunque, como afirma el mismo Simmel, la naturaleza se niega a la fragmentación, porque en su esencia desconoce la individualidad; es a partir de la “mirada del hombre” que ella se divide y aísla en unidades distintas, configurando lo que se llama paisaje.

de arena blanca, también densamente ocupada. Los miles de puntos oscuros que se distribuyen sobre todo el perímetro de la playa, son aglomeraciones de gente que disfruta de un día increíblemente soleado. Por otro lado, se evoca elementos de lo cotidiano. Imágenes de personas en trajes de baño bajo el sol y caminando por el paseo marítimo, una serie de autos de colores vibrantes alineados en su costado y en el lado opuesto, en un trozo de arena visible en la imagen varios quitasoles, también en colores vibrantes, que se contraponen al blanco y negro del diseño gráfico de la vereda. Las siguientes palabras acompañan las imágenes: "Río es una costa azul con sol y mar todo el año". Además, el texto del artículo respectivo menciona las cualidades de las playas urbanas de Río, esa gran metrópoli que tiene el mar y el lugar de veraneo de sus habitantes a su puerta.

El segundo conjunto de fotos (Figura 6) trata de dos vistas panorámicas en vuelo de pájaro sobre la playa de Copacabana. En la primera imagen vemos, en un primer plano, la imponente Avenida Atlántica, un bulevar de doble calzada; proyecto realizado en el año de 1970 por el arquitecto y paisajista Burlle Marx para facilitar el movimiento vehicular (Iwata y Del Rio, 2002:177). Su trazado, bordeado por un conjunto denso de bloques de edificios altos, direcciona la mirada hacia los cerros al fondo de la imagen, que se emplazan enfrentando la horizontalidad de la extensa franja de arena y el azul del océano. Muestra, asimismo, la magnitud de las obras de intervención en la costa de Copacabana, que se ve acompañada de la siguiente frase en inglés: "*Copacabana contributes a surprising landscape to the new look of Rio*".

#### PAISAJE, IMAGEN FOTOGRÁFICA Y MEDIOS. LA REPRESENTACIÓN DEL PAISAJE Y LA CREACIÓN DE SÍMBOLOS DE MODERNIDAD

Antes de empezar el análisis de las imágenes descritas, se hace necesario dedicar unas líneas para explicar qué se concibe en este artículo por imagen fotográfica y, principalmente, por fotografía de prensa.

Con base en la distinción que propone Flusser (1990:13) y Burke (2005:43), las imágenes fotográficas son superficies que pretenden representar algo, donde ideas, atributos u objetos son utilizados para transmitir mensajes, comunicar. Son "recortes de lo real" (Dubois, 1993). Primeramente, un corte en el flujo de tiempo real o congelamiento de un instante separado de la sucesión de acontecimientos. En segundo lugar, es un fragmento del paisaje elegido por el fotógrafo, en cuanto a la selección del tema, de los sujetos, de los entornos, del encuadre, del sentido, de la luminosidad, de la forma y, principalmente (en la fotografía de prensa), a partir

de los intereses del medio que lo transmite, en el caso que aquí se estudia, de los intereses (conservadores) de la revista *Manchete*. La imagen fotográfica o el espacio fotográfico no representan simplemente una realidad anterior, son agentes de peso a la hora de configurar esa realidad, porque atienden a la intencionalidad del observador/fotógrafo/medio de transmisión, inherente al proceso (Merleau-Ponty, 1975). Estos mensajes, cargados de intencionalidad, adquieren una más potente connotación, cuando son producidos y difundidos en los medios masivos de comunicación<sup>7</sup>, transformándose en herramientas responsables de dar representatividad a las ideologías, culturas, tradiciones, y a las relaciones entre el hombre, la naturaleza y la ciudad.

Ahora, retornando al primer conjunto de imágenes analizado en el texto (Figura 5), hay que recordar que en él se observa lo que sigue: grupos de bañistas en la playa durante un día soleado; una serie de quitasoles de colores dispuestos en la arena; la costanera; los autos alineados en su costado y las varias personas disfrutando la playa. Estos fragmentos son capaces de sugerirnos la modernidad involucrada en estas representaciones. Una modernidad que puede ser entendida como las distintas formas de experimentar la tensión dialéctica entre *modernización* y *modernismo*. Es decir, la dialéctica entre los distintos procesos sociales que dan origen al remolino de transformaciones que configuran la vida moderna y los valores y visiones que se constituyen en herramientas de transformación del mundo (Berman, 2000: 2).

En este sentido, los elementos descritos en el conjunto de imágenes en cuestión (imágenes del ocio), hacen pensar sobre el proceso de consolidación de la cultura de la playa, y en cómo este ha sido importante para la construcción, la ocupación y el desarrollo de Copacabana. El nuevo hábito del baño de mar y el surgimiento de la cultura del cuerpo (Corbin, 1993) transformaron este espacio en el principal lugar para la recreación y ocio en la ciudad de Río de Janeiro; su principal espacio público y la natural "extensión" de la vivienda burguesa. La ocupación de Copacabana en el inicio del siglo XX promovió un nuevo estilo de vida relacionado con el deporte y la valorización del contacto con la naturaleza, considerado éste como sanador y reparador del hombre moderno (exigido por el trabajo), por lo que se volvió parte de un amplio plan de modernización de la ciudad.

Tal discurso es reforzado por el texto que acompaña a este conjunto de imágenes, donde se mencionan las cualidades de las playas urbanas de Río: "gran metrópoli que tiene el mar y el lugar de veraneo de sus habitantes a su puerta". Lo que obliga a reconsiderar nuevamente que la fotografía de prensa dista de ser una estructura aislada. Ella mantiene comunicación con otra estructura que es el texto. Desde ese punto de vista y según Barthes (1986:12), palabra e imagen deben ser entendidas de forma separadas, pero en su conjunto soportan la totalidad de la información.

[7] Se entiende por medios de comunicación de masa los instrumentos de comunicación a través de los cuales se transmite mensajes dirigidos a un receptor colectivo, caracterizado por ser amplio, heterogéneo y anónimo. Se trata de la prensa escrita (revistas y periódicos), radio, televisión e internet.

Todavía en relación con la Figura 5, es posible advertir cómo resalta la Avenida Atlántica y el paseo público a lo largo de la costa, construidos durante el gobierno del alcalde Pereira Pasos en 1906. Estos elementos funcionan como enclaves destacados de las tramas urbanas, lugares de encuentro, de exhibición, de socialización, que a modo de pasarela, reflejaron en aquellos años el orden social establecido (Núñez, 2007). Se configuran, de este modo, como el lugar más importante de representación y de ocio. La avenida Atlántica y, en especial, su costanera -cuyo pavimento de mosaicos de piedras portuguesas imita el diseño de las olas del mar-, reproducidas en distintas ocasiones y lugares, se han tornado símbolo de este lugar y de su estilo de vida, y componente fundamental en la configuración del paisaje "carioca".

Efectivamente, el paisaje es producto de una construcción cultural (Maderuelo, 2005)<sup>8</sup>, de una relación entre la construcción material del territorio y la elaboración cultural de sus percepciones (Silvestri, 2004). Es decir, el paisaje se construye a partir de las relaciones culturales, sociales y políticas desarrolladas por el observador en el lugar, asociadas a la condición geográfica existente, y potenciadas a partir de sus representaciones. Según Cosgrove, geográficamente, la idea de paisaje es la expresión más significativa del intento histórico de reunir imagen visual y mundo material, y es en gran medida el resultado de ese proceso (2002:71).

Observando, a continuación, la serie de autos en colores vibrantes dispuestos a lo largo del costado de la vereda (Figura 5), es posible reflexionar sobre otro aspecto importante en la configuración del paisaje de la playa de Copacabana. Después de la Segunda Guerra Mundial, el consumo de masa estaba en ascensión y uno de los fundamentales productos de ese consumo era el auto (Kaz, 2010). Durante los años de 1968-1973, principalmente, en el contexto del llamado "milagro económico brasileño", el Estado promovía el consumo de bienes durables, incentivándolo a través del crédito; iniciativa que apuntaba a la clase media como su primordial sector social de legitimación. De esta forma, su presencia en la imagen indica el tipo de urbanización promocionado en este lugar: una distribución espacial donde el auto es el elemento articulador. En este sentido, este espacio es expuesto como un lugar doblemente moderno. La imagen refleja y al mismo tiempo ayuda en la construcción y difusión de esa modernidad.

En líneas generales, el automóvil y las grandes obras de arquitectura y de infraestructura urbana fueron los grandes símbolos de la dictadura militar en Brasil, símbolos del "desarrollo y progreso" y representación del "milagro económico". Son elementos que, por cierto, también pueden ser identificados en el segundo conjunto de imágenes presentados en este artículo (Figura 6). Dicho grupo de fotografías exhibe la forma de este lugar, los proyectos ahí construidos; la gran avenida, la densa fachada marítima y su intrínseca relación con

la condición geográfica. La vista total, integradora, de estas imágenes es la vista de la representación de la relación existente entre ciudad y geografía.

La condición geográfica de Río de Janeiro y la manera en que naturaleza y urbe se relacionan, generan en este paisaje un carácter excepcional. Su geografía es conformada por una serie de cerros cubiertos de vegetación tropical que se elevan hasta una altitud de 1.021 metros -cumbre del cerro de la Tijuca- y se proyectan en forma de cascada hasta la costa. Entre el mar, la bahía de Guanabara, las altas montañas y enormes lagunas y gigantescas extensiones de bosque tropical, la ciudad -durante los últimos 4 siglos- desarrolla una forma especial de articularse con la naturaleza. Ya sea a través de la reforestación de sus cerros, del paisajismo y la reorganización de su litoral o el uso de sus playas, la naturaleza juega un papel preponderante en el desarrollo de la ciudad<sup>9</sup>.

Copacabana, que se emplaza entre el fuerte del Leme y el de Copacabana, se ve circundada por una serie de cerros, y se extiende por 4,1 km por la línea de la costa. Su fachada marítima, tal como es presentada en la imagen, es una construcción desarrollada a partir de los años 1920 y de manera más contundente en los años 40 y 50, cuando la voracidad inmobiliaria densificó el barrio de Copacabana, volviéndolo una de las zonas de mayor densidad demográfica del mundo<sup>10</sup> (Velho, 1982). Una representación del ideal de modernidad y progreso, defendida por el Estado y, por lo que se ha podido aquí notar, reforzada por la revista *Manchete*. Esta representación es simbolizada en las imágenes analizadas por la verticalización y la potencialidad proporcionada por el hormigón armado. La arquitectura de estos edificios, despojada de los estilos históricos, simboliza la materialización del espíritu moderno, a partir de la construcción de lo nuevo y de la adopción de otros argumentos modernizadores -políticos, sociales y económicos- que al operar desde la autonomía disciplinar a través de ideas, proyectos y obras intentan transformar el mundo (Mondragón, 2010:29).

En la misma dirección se halla el entonces naciente proyecto de la Avenida Atlántica: un bulevar de doble calzada, de 80 metros de anchura, construido para facilitar el intenso movimiento vehicular generado por la creciente densidad demográfica enfrentada por la playa a partir de los años 40 y el gran flujo de turistas que a cada año buscaban este lugar. Tal construcción, realizada 10 años después de la fundación de Brasilia y de que pasara a ser la capital del país, fue posibilitada a través de una compleja operación de terraplén hidráulico, que a partir de este espacio ganado al mar, triplicó el área de arena dedicada a los bañistas de la playa de Copacabana; haciendo posible, además, la construcción de una importante solución de aguas residuales (Iwata y Del Rio, 2002:177). El proyecto de la Avenida quedó a cargo del arquitecto y paisajista Burle Max que intervino

[8] Al respecto, dice Maderuelo: "El paisaje no es lo que está ahí, es un concepto inventado, o mejor dicho, una construcción cultural. El paisaje no es un mero lugar físico, sino el conjunto de una serie de ideas, sensaciones y sentimientos que elaboramos a partir del lugar y sus elementos constituyentes. La palabra paisaje, reclama también algo más: reclama una interpretación, la búsqueda de un carácter y la presencia de una emotividad" (2005:38).

[9] Datos retirados del documento de candidatura de la ciudad de Río como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco (2012).

[10] Según O'Donnell (2011:19), el crecimiento demográfico del barrio fue espantoso: en 1969, 98.8% de las viviendas del barrio eran departamentos, número íntimamente conectado al *boom* físico y demográfico observado desde el final de la Segunda Guerra Mundial. En 1970 se llegaba a 250 mil habitantes, lo que representaba el 6% de la población total de Río de Janeiro.

en la icónica imagen de la costanera, elaborando un nuevo diseño del paisaje de la calle. La intervención utiliza el empedrado de mosaico portugués, mantiene el dibujo en forma de olas del mar en la vereda más próxima a la playa y crea un diseño distinto en las otras dos veredas (Kaz, 2010). La nueva composición enmarcará el paisaje de la playa de Copacabana y se tornará el nuevo símbolo de la cultura de la playa.

Estas imágenes del ocio, representaciones estéticas del modernismo (Frisby, 2007:14), presentan la idea de ciudad promovida por el Estado. Refuerzan, asimismo, el discurso hegemónico de “desarrollo y progreso” implantado en los años de dictadura y en los cuales la arquitectura moderna asume un rol fundamental. Ambas fotografías exponen –en el ámbito de la representación– los valores de consumo asociados a un modelo de sociedad desarrollada e ideal. En todas esas denominaciones la concepción de modernidad está asociada a un cambio de la arquitectura representativo de la idea de progreso, comodidad y bienestar.

## CONCLUSIONES

Copacabana ha sido moldeada por una creativa pero sobre todo dramática fusión entre naturaleza y ciudad. Esa interacción se desarrolló a partir de intervenciones científicas, tecnológicas y artísticas que durante poco más de un siglo lograron construir el paisaje. El conjunto de imágenes presentadas y difundidas por la revista *Manchete*, resultado de un proceso de percepción y significación del espacio, se constituye en “códigos visuales portadores de contenido”, contenidos que componen y configuran el mismo paisaje. Conforman, además, el reflejo de lo que la sociedad de cada época quería ver y ser, de lo deseable. Dichas fotografías nos ayudan a identificar las realidades e identidades deseadas por parte de la sociedad (el Estado y la revista). Tales características y/o finalidades promovidas por las imágenes fotográficas logran sobrevivir al tiempo. Son documentos históricos que nos ayudan a levantar hipótesis y responder cuestiones que tengan que ver con los deseos de cada época y de cada grupo social a través de la mirada cotidiana (Burke, 2005). Son imágenes que funcionan como instrumento para pensar sobre la sociedad y la ciudad (Mitchell, 1994), y las que, más que narrar un evento, lo interpretan, lo contextualizan, describiendo los ambientes, los hábitos, las relaciones personales, la ciudad. Incorporadas a la realidad existente en el contexto insertado, son fuentes para indagar el pasado e instrumentos para contar otras historias. Indumentarias, expresiones, ambientes, composiciones, sombras y claros-oscuros, colores, primer plano y fondo, etc., dialogan entre sí, construyen los significados y los sentidos de las imágenes, y, a su vez, se tornan señales, indicadores de los contenidos que las propias imágenes quieren difundir. En este caso: Copacabana, símbolo de modernidad e ícono del ocio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACKZO, Bronislaw. *Imaginação Social*. En: *Enciclopedia Einaudi (Anthropos-Homem)*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985, Volume 5.
- BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1986.
- BERGER, John. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
- BERMAN, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*. México: Siglo XXI, 2000.
- BLOCH, Adolph. Um momento, leitor. *Manchete*, 1952, nº1, p.3.
- BODEI, Remo. *Paisajes Sublimas: El hombre ante la naturaleza salvaje*. Madrid: Editorial Siruela, 2011.
- BURKE, Peter. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica, 2005.
- COSGROVE, Denis. Observando la naturaleza: El paisaje y el sentido europeo de la vista. *Boletín de la A.G.E.*, 2002, nº34, pp.63-89.
- CORBIN, Alain. *El territorio vacío, occidente y la invención de la Playa (1750-1840)*. Barcelona: Biblioteca Mondadori, 1993.
- DUBOIS, Phillippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. 5. ed. Campinas: Papirus, 1993.
- FLORES, Luis. Las interrelaciones de la ciencia, la tecnología y la cultura. En: MITCHAM, Carl y PEÑA, Margarita M. (eds.), *El nuevo mundo de la filosofía y la tecnología*. Pennsylvania: STS Press, 1990, pp. 108-112.
- FLUSSER, Vilém. *Hacia una filosofía de la fotografía*. México: Trillas-Sigma, 1990.
- FRISBY, David. *Paisajes urbanos de la modernidad: Exploraciones críticas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 2007.
- IWATA, Nara y DEL RIO, Vicente. The image of the waterfront in Rio de Janeiro: Urbanism and social representation of reality. *Journal of Planning Education and Research*, 2004, nº24, vol. II, pp. 171-183.
- JOLY, Martine. *A imagen e sua interpretação*. Lisboa: Edições 70, 2002.
- KAZ, Stela. *Um jeito copacabana de ser: o discurso do mito em O Cruzeiro e Sombra*. Tese (Doutorado). Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2010.
- MADERUELO, Javier. *El Paisaje: Génesis de un Concepto*. Madrid: Abada Editores, 2005.
- MARTINS, Ricardo Constante. *Ditadura Militar e Propaganda Política: A revista Manchete durante o governo Médici*. Tese (Magister). Universidade Federal de São Carlos, 1999.
- MCQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós/iberica, 3ª edición, 1994.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. El Espacio. En: *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Ediciones Península, 1975, pp. 258-312.
- MITCHELL, W. T. J. *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. Madrid: Akal, 2009.
- MONDRAGÓN López, Hugo. *El discurso de la Arquitectura Moderna. Chile 1930-1950. Una construcción desde las publicaciones periódicas*. Tesis (Doctorado). Pontificia Universidad Católica de Chile, 2010.
- NÚÑEZ Roldán, Francisco. *Ocio y vida cotidiana en el mundo hispánico moderno*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2007.
- O'DONNELL, Julia. *Um Rio Atlântico. Culturas urbanas e estilo de vida na invenção de Copacabana*. Tese (Doctorado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.
- SILVESTRI, Graciela. Paisaje y representación. *Prismas Revista de historia intelectual*, 1999, nº3, pp.231-245.
- SIMMEL, Georg. *Filosofía del paisaje*. Madrid: Casimirolibros, 2013.
- UNESCO. Dossiê: Carioca Landscapes between the mountain and the sea [en línea]. [Consultado en octubre de 2012]. Disponible en <http://whc.unesco.org/en/list/1100/documents>
- VELHO, Gilberto. *A utopia urbana*. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1982.