

Sinais de Luzes,
o trabalho de Teófilo Rego
para a Neolux

Miguel Moreira Pinto

Ao longo de toda uma vida dedicada à fotografia, Teófilo Rego (1913/1993) vai manter duas linhas de trabalho em paralelo que não raras as vezes se cruzam.

A primeira diz respeito à actividade comercial e ao exercício da profissão ao serviço do cliente privado ou institucional – pessoas singulares, empresas ou entidades públicas, exigindo dele a adaptação às mais diversas situações e géneros fotográficos que passam pelo retrato, reportagem, fotografia publicitária e de catálogo, ou ainda pela fotografia de arquitectura.

Neste caso, em que é chamado a documentar a conclusão ou o início de uma obra ainda em maqueta, colabora nos anos 1940, 1950 e 1960 com vários arquitectos saídos da Escola de Belas Artes do Porto, como Marques da Silva, Rogério de Azevedo, Viana de Lima ou o grupo ARS. De todos, destaca-se a estreita relação que mantém com João Andresen (1920/1967), reflectida num lote de imagens que pela quantidade e diversidade de material fotográfico, pela quantidade e diversidade dos projectos que compreende, acusa uma colaboração regular e continuada, sem igual.

Sem os constrangimentos da encomenda profissional, Teófilo Rego desenvolve paralelamente uma obra pessoal, livre e descomprometida, reveladora de um interesse particular pela etnografia, cultura e tradições rurais, mas também pela vida e paisagem urbana, em especial do Porto, a cidade onde viveu e trabalhou, e que fotografou exaustivamente retratando as suas gentes, os seus edifícios e

monumentos mais emblemáticos, e os locais mais iconográficos – a Avenida dos Aliados, a Torre dos Clérigos ou a Ponte D. Luís I. Objecto de diferentes exposições, uma parte deste trabalho já se encontra reunida na colecção de livros de fotografia de que fazem parte os fascículos sobre *O Douro*, *A Ribeira* e *A Arquitectura do Porto por Teófilo Rego*, editados em 2005 e 2008 pela Fundação Manuel Leão.

Algumas das fotografias e imagens que pretendemos destacar desafiam a separação entre a actividade comercial de Teófilo Rego e o mais “artístico” registo pessoal, e podem ser consideradas ao mesmo tempo fotografia de produto, postal e de arquitectura.

Estas fotografias foram tiradas entre o final de 1940 e o início de 1970 para a empresa fabricante de reclamos luminosos Neolux, para quem Teófilo Rego foi o fotógrafo para todo o serviço e ocasiões, cabendo-lhe até fazer a reportagem das festas de natal da firma. Tendo em vista a criação de um registo e de um catálogo de exemplos que pudesse ser mostrado a potenciais clientes, a sua principal tarefa foi no entanto a documentar os vários reclamos em néon fabricados pela empresa que se encontravam espalhados por toda a cidade do Porto, onde a Neolux tinha a sua principal delegação.

Como sabemos, a história do néon remonta ao início do século XX quando o engenheiro francês Georges Claude inventou e apresentou a iluminação tubular em néon, na forma como ainda hoje a conhecemos,

no *Paris Motor Show* de 1910. Claude e um dos seus associados, Jacques Fonsèque, compreenderam desde o início o uso potencial desta tecnologia como sinalização e publicidade: os tubos em néon podiam ser fabricados em formas artísticas curvilíneas de maneira a criar desenhos e letras, podiam ser ainda fabricados numa ampla variedade de cores ao serem usados outros gases (árgon, xénon, hélio), e finalmente “the new tubes seemed much easier on the eye than the round and blinding incandescent light bulbs that earlier advertising had used” (Ribbat).

Estas vantagens explicam a popularidade e a rápida proliferação da iluminação em néon que, a partir dos anos 1930, torna-se num fenómeno à escala global com epicentro nos Estados Unidos. Aqui, a invenção de Georges Claude torna-se numa parte integrante de uma cultura popular vibrante – os reclamos luminosos são então vistos como um sinal de sofisticação e glamour. Em Nova Iorque, Broadway e Times Square transformam-se numa das mais espectaculares e reconhecíveis paisagens em néon que ajudaram a promover internacionalmente esta tecnologia como um meio de informação e publicidade, e que, um pouco por todo o mundo, toma de assalto as cidades.

Na Europa são famosos os casos do anúncio gigante da CITROEN que entre 1925 e 1934 ocupa a torre Eiffel em Paris, os reclamos luminosos da GUINNESS, SCHWEPPES e BOVRIL que invadem *Piccadilly Circus* em Londres e em Madrid o anúncio de “TÍO PEPE, Sol de Andalucía embotellado”, instalado desde 1935

na Puerta del Sol, resiste à passagem dos anos até se converter num marco e num símbolo da cidade, declarado em 2009 património histórico municipal. Portugal não é excepção à adopção generalizada da publicidade em néon conhecendo aqui o seu período áureo mais tardiamente nos anos 1950 e 1960. Durante este tempo podemos identificar pelo menos três empresas que se especializaram no fabrico deste tipo de reclamos luminosos: a Electro Reclamo Limitada (de Lisboa), Ferma (do Porto) e Neolux (com escritórios nas duas cidades). A primeira, a mais antiga do género, fundada em 1926, será responsável por alguns dos mais elaborados e impressionantes anúncios que encontramos na capital do país, como os da VAQUEIRO, SINGER, TRIUNFO, OVOMALTINE, OMEGA, CONSTANTINO ou ainda os aparatosos reclamos da GAZCIDLÁ.

Também em Lisboa, Teófilo Rego chega a fotografar para a Neolux um anúncio da HOOVER, instalado no Rossio. O trabalho da empresa parece no entanto concentrar-se sobretudo a norte onde mantém o quase monopólio da publicidade que vemos espalhada pelo Porto.

Aqui os reclamos luminosos documentados por Teófilo Rego são genericamente de dois tipos.

Os primeiros sinalizam e decoram a fachada de todo o tipo de comércio e negócios que encontramos pela cidade: cafés, restaurantes, lojas de roupa, ópticas, papelarias, cinemas, etc. Estes letreiros,

geralmente colocados nas fachadas das lojas, ou então em “bandeiras” e “faixas” projectadas sobre os passeios, procuram chamar a atenção de quem passa adoptando diferentes estilos, caligrafias e por vezes uma imagem simbólica dos serviços ou produtos comercializados.

Nesta categoria, os reclusos mais espectaculares são sem dúvida aqueles (como os da loja de música VADECA e da Farmácia do Padrão) que cobrem e que à noite iluminam por completo o edifício em que estão instalados, alterando a percepção que temos da sua arquitectura. Um edifício de outra forma indistinto e vulgar, semelhante a tantos outros que encontramos na cidade, ganha desta maneira uma nova vida e uma outra visibilidade, à custa porém de se ver reduzido a um imenso outdoor. Arquitectura e publicidade são, neste caso, uma e a mesma coisa.

Em sentido contrário, a iluminação do cinema Coliseu, no Porto, ou da estação de serviço da SACOR, na Figueira da Foz, enfatiza a arquitectura de cada um destes edifícios proporcionando algumas das mais interessantes fotografias tiradas por Teófilo Rego. No primeiro exemplo o néon produz um efeito dramático e teatral pondo em evidência o estilo em Art Déco da sala de espectáculos projectada por Cassiano Branco em 1939. No segundo as luzes produzem uma impressão de dinamismo e fluidez sublinhando a modernidade e a funcionalidade de uma construção desenhada em função do automóvel. Em ambos os

casos a arquitectura é sublimada e elevada a uma condição iconográfica, reconhecível e memorável. O segundo tipo de reclusos fotografados por Teófilo Rego são aqueles que publicitam os mais diversos produtos e marcas de electrodomésticos (SIEMENS, BOSCH, HILL-MAN), marcas de pneus (MABOR, FIRESTONE), marcas de combustíveis (SACOR), marcas de vinhos e cervejas (SANDEMAN, DIEZ, CRISTAL), bancos (BPA, BNU), companhias de seguro (FIDELIDADE, MUTUALIDADE, OURIQUE), companhias de aviação comercial (AIR FRANCE, SWISSAIR, TAP), etc. Graficamente estes anúncios adoptam a imagem corporativa daquelas empresas e estão construídos a uma escala e em posição para serem vistos ao longe, de carro e a pé. Concentrada em locais centrais e estratégicos da cidade – sobretudo na Avenida dos Aliados e na Praça D. João I – esta publicidade parasita as fachadas e os telhados dos edifícios onde, adormecida durante o dia, ganha vida e cor ao anoitecer.

Das fotografias destes reclusos, os da SACOR, da MUTUALIDADE e da MABOR GENERAL (instalado sobre o Teatro Rivoli) chamam a atenção por mostrarem o tamanho exagerado e desproporcionado que estes anúncios chegam por vezes a atingir. As fotografias mais fascinantes são no entanto aquelas que, à volta das duas principais praças da cidade, mostram como a iluminação em néon seduz e atrai o olhar provocando ao mesmo tempo a sensação de alguma desorientação. Não surpreende por isso a

necessidade sentida por Teófilo Rego em encontrar na estátua de D. Pedro IV, quando fotografa a Praça da Liberdade, e nas esculturas dos corcéis da Praça D. João I um ponto de referência e de orientação que ajuda a enquadrar e contextualizar as imagens dos reclamos da BOSCH ou da DUPONT.

No seu conjunto o trabalho de Teófilo Rego para a Neolux lembra um passado não muito distante em que as cidades, em maior ou menor escala, se viram transformadas numa “neonscape” hipnótica, confusa e caótica, saturada de mensagens e informação, de luz e cores vivas que só podemos perceber verdadeiramente por algumas, poucas, imagens coloridas da época.

Uma “neonscape” como aquela de Nova Iorque fotografada em 1924 por Fritz Lang que vai inspirar os cenários de Metropolis (1927); que por sua vez vai influenciar a visão distópica de Los Angeles em Blade Runner (1982) realizado por Ridley Scott; que por sua vez remete-nos para imagens de Hong Kong dos anos 1980 e 1990, quando o néon conhece o seu apogeu; que por sua vez fazem-nos voltar a atrás a *Learning From Las Vegas* (1972) de Robert Venturi e Denise Scott Brown em que descrevem a vitória da arquitectura como “símbolo-no-espço” na vez de “forma-no-espço”.

Embora, como mostram as fotografias de Teófilo Rego, o néon seja utilizado quase exclusivamente pela publicidade, a partir dos anos 1950 e 1960 assistimos à sua progressiva apropriação pelas

artes plásticas e visuais, seja como tema – como podemos ver pelas pinturas hiper-realistas de Robert Cottingham ou pelo recente trabalho fotográfico de Martin Stavars (*City of Neon Lights Studies*, 2013) – seja como meio de expressão e comunicação.

Neste campo, Lucio Fontana foi pioneiro no uso do néon como material de escultura na prática artística com *Spatial Light, Structure in Neon* (1951) para a IX Trienal de Milão – “The piece was a classic representation of what Fontana called a «spatial environment» and «spatial concept» – what he saw as overcoming the divisions in architecture, painting and sculpture to reach a synthesis in which colour, movement and space converged” (Pasini).

Com esta obra – a propósito da qual não podemos deixar de regressar às imagens do Coliseu do Porto e em particular da estação de serviço da Figueira da Foz – Fontana abre o caminho à utilização artística do néon que vemos explorada no trabalho de Dan Flavin, Bruce Nauman, Keith Sonnier, Joseph Kosuth (todos eles artistas oriundos dos EUA, onde o néon conhece a sua máxima expressão) e, de uma geração mais nova, Tracey Emin e Massimo Uberti (cujas instalações simulam espaços e arquitectura a partir da luz).

Depois de resgatarmos as fotografias tiradas para Neolux, fotografias que, por associação, sugerem e recordam outras imagens, outros tempos, outros lugares e outros assuntos que não apenas o da

publicidade, a sensação e a impressão que fica é a de alguma nostalgia por diferentes razões e motivos.

A nostalgia de um tempo e de uma cidade, ou pelo menos uma faceta da cidade, de que se vai perdendo memória.

A nostalgia pelo desaparecimento de uma tecnologia exigente do ponto de vista do trabalho manual e artesanal, e que foi sendo progressivamente substituída por caixas de luz fluorescente fabricadas industrialmente e, mais recentemente, por painéis LED.

A nostalgia de uma idade (apesar de tudo) inocente da publicidade a que hoje já não podemos escapar como procura demonstrar o pequeno filme a preto e branco: KAPITAAL (Studio Smack, 2006), que nos dá uma ideia muito clara da quantidade de estímulo visual e da poluição audiovisual que inunda o nosso dia-a-dia – em certos casos, a publicidade que encontramos actualmente em Times Square, Piccadilly Circus (que já referimos) e em Shibuya, em Tóquio, permite-nos mesmo falar de uma “spectacular exhaustion of urban space” profetizada por Guy Debord e Paul Virilio, mas que só imaginávamos possível em filmes de ficção científica.

Resta por fim a nostalgia suscitada pelas próprias imagens e pelo sujeito fotografado por Teófilo Rego, para quem o trabalho encomendado pela Neolux representou em grande medida uma oportunidade

mais para fotografar o Porto e a sua arquitectura, vistas de um outro ângulo e perspectiva. No final as imagens que produz nada têm do brilho glamoroso do néon parecendo pelo contrário carregarem a mesma melancolia que podemos constatar nas fotografias que realiza por conta própria. Uma melancolia e nostalgia características da identidade da cidade e que mesmo as luzes da publicidade não puderam apagar.

Referências Bibliográficas

Berger, Tobias (2009) Off-On: Neon in Art, www.neonsigns.hk/neon-in-visual-culture/neon-in-art/

Mcquire, Scott; Martin, Meredith; Niederer, Sabine (Ed.), Urban Screens Reader. Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Pasini, Francesca, It is not a lasso, an arabesque, nor a piece of spaghetti, www.tate.org.uk/context-comment/articles/it-not-lasso-arabesque-nor-piece-spaghetti/

Ramirez, Enrique Gualberto; Impure Opticality or: When Urban Screens Were Architecture, www.aggregat456.com/2010/06/impure-opticality-or-when-urban-screens.html

Ribbat, Christoph; Tomorrow's Neon: A History, www.neonsigns.hk/neon-in-visual-culture/tomorrows-neon-a-history/