

## DIMENSÕES MODERNAS DAS REVISTAS ILUSTRADAS: CURITIBA, INÍCIO DO SÉCULO XX

### MODERN DIMENSIONS IN ILLUSTRATED MAGAZINES: CURITIBA, EARLY 20<sup>TH</sup> CENTURY

Rosane Kaminski<sup>1</sup>

**Resumo:** O texto busca evidenciar a participação das imagens de revistas na elaboração de uma percepção estética ligada à vida moderna, em Curitiba no início do século XX. As revistas integraram e testemunharam uma transformação nos padrões de gosto e de comportamento cultural na cidade, num momento em que ocorria simultaneamente uma diminuição do número de revistas literárias, o fortalecimento da lógica publicitária associada à imprensa, e o surgimento de uma série de publicações ilustradas de humor e variedades sobre temas urbanos. Elas ocuparam um espaço pioneiro no que diz respeito à produção e fruição visual na cidade, contemporâneas que foram à constituição do meio artístico que recentemente vinha se formando na cidade. Neste texto, o caráter moderno das imagens publicadas nessas revistas é discutido a partir de três dimensões. A primeira refere-se ao fato de que as imagens e os conteúdos das revistas veiculavam e reforçavam esquemas de comportamento como a moda e os novos hábitos de lazer da vida urbana naquele momento. A segunda dimensão moderna da experiência perceptiva ia se constituindo a partir do próprio contato visual com as revistas, gerando novos esquemas de gosto pela assimilação de novos traçados, estilos e sutilezas visuais advindos tanto do projeto gráfico quanto das inovações nas técnicas de reprodução de cores e imagens. Já a terceira dimensão moderna refere-se ao caráter metalinguístico, enfatizado quando a imagem fala de si própria enquanto linguagem. Traço que marcou a produção de vários artistas de vanguarda noutros centros, a metalinguagem, em Curitiba, aparece antes nas imagens de revistas do que nas artes plásticas. Essas três dimensões coexistem e se sobrepõe, participando da edificação da modernidade visual em Curitiba.

**Palavras-chave:** imagem, revistas ilustradas, Curitiba, moderno

**Abstract:** *The images from magazines helped create a modern aesthetic perception in Curitiba in the early twentieth century. The magazines attended the transformation of taste and cultural behavior in the city. At the same time, were occurring a decrease in the number of literary magazines, the strengthening of advertising and the rise of both humorous magazines and the ones that talked about various urban subjects. The illustrated magazines were the pioneers in the visual production focused on the population, as the visual arts in Curitiba were still scarce. In this paper, the modern characteristics found in the magazine images are discussed from three dimensions. The first one shows that the magazines spread and reinforced modern behaviors like fashion and urban cultural consumption. The second dimension is about visual contact with the magazines, which modified the taste for assimilation of new visual styles: the graphic design and the*

---

<sup>1</sup> **Currículo da autora:** Rosane Kaminski é Doutora em História (UFPR). Professora Adjunta da Universidade Federal do Paraná, atuando na graduação e na pós-graduação do Departamento de História. Graduada em Artes (UFPR), Mestre em Tecnologia (UTFPR) e Doutora em História (UFPR), é autora da tese de doutorado “Poética da angústia: história e ficção no cinema de Sylvio Back, 1960-70”. Orienta e desenvolve pesquisas na área de história e artes. E-mail: rosanekaminski@gmail.com

*formal characteristics of the images. The third dimension is the metalanguage, when the image talks about itself as a language. A metalanguage is a trait of modern art. But in Curitiba, it first appears in the magazine images rather than in the plastic arts. These three dimensions coexist and overlap each other, participating in the construction of the visual modernity in Curitiba.*

**Keywords:** *image, illustrated magazines, Curitiba, modern*

## Introdução

Nos primeiros anos do século XX, as revistas ilustradas publicadas em Curitiba integraram e testemunharam uma transformação nos padrões de produção visual e de comportamento cultural na cidade. Era um momento em que ocorria uma diminuição do número de revistas literárias, simultânea ao fortalecimento da lógica publicitária associada à imprensa, e o surgimento de uma série de publicações ilustradas de caráter humorístico ou de variedades sobre temas urbanos. O objetivo amplo deste texto é refletir sobre a participação das imagens de revistas na elaboração de uma percepção estética ligada à vida moderna, aos novos hábitos de lazer e cultura urbanos em Curitiba naquele contexto<sup>2</sup>. Parte-se do pressuposto de que as revistas ilustradas atuaram na difusão e na representação de novos hábitos de lazer e cultura urbanos em Curitiba, típicos da virada do XIX-XX, e de que essas “novidades” se articulavam a outros âmbitos da vida social, reformulando valores, comportamentos e, inclusive, percepções estéticas.

Tais revistas, por suas especificidades, já se constituíam como artefatos modernos: implicavam no consumo cultural de produtos literário-visuais efêmeros, de periodicidades semanais ou mensais, diferente dos livros que apresentam um caráter mais perene. Todavia, o que será destacado aqui são algumas dimensões modernas relativas às imagens que estampavam as capas e as páginas das revistas curitibanas num momento em que, paradoxalmente, ainda não se podia falar da existência de um meio artístico na cidade. Havia poucos artistas atuantes em Curitiba nos primeiros anos do século XX, e estes eram, em sua maioria, conservadores em termos visuais. Curitiba estava muito distante das discussões artísticas que marcaram o modernismo europeu, e também não possuía instâncias oficiais de ensino e consagração artística. As revistas ilustradas, naquele contexto, serviram como suporte à expressão visual de diversos jovens desenhistas que frequentavam as aulas de desenho e pintura de Mariano de Lima<sup>3</sup> e no atelier de Alfredo Andersen<sup>4</sup>, e apresentavam características afinadas aos periódicos paulistas e cariocas, recorrendo a certos esquemas compositivos oriundos das artes gráficas na Europa. A partir dessas revistas curitibanas, cujas imagens se multiplicavam por meio das matrizes elaboradas pelos desenhistas de então, pode-se falar de algumas aspirações modernas presentes na cidade nas primeiras décadas do século.

Neste texto, em particular, o caráter moderno das imagens publicadas em tais revistas será discutido a partir de três dimensões. A primeira, que se pode dizer ser vinda de “fora para dentro”, refere-se às mudanças de hábitos advindas com o crescimento da cidade e as aspirações modernas que ficaram registradas – ainda que de forma estilizada – nessas ilustrações. Ou seja, diz respeito ao

---

<sup>2</sup> Este artigo resulta de uma pesquisa financiada pelo CNPq (Edital Universal 2008-2010) e que foi desenvolvida a partir do levantamento e sistematização de dezenas de periódicos ilustrados publicados em Curitiba entre 1900-1920. Uma versão preliminar das reflexões aqui desenvolvidas foi apresentada no XXVII Simpósio Nacional de História, em junho de 2013.

<sup>3</sup> A *Aula de Desenho e Pintura* fundada em 1886 em Curitiba pelo imigrante português Mariano de Lima. Foi a terceira escola brasileira do gênero (as anteriores são o Liceu do Rio de Janeiro e a Aula de Desenho da Bahia, criada em 1872). As aulas de Mariano de Lima funcionaram nas instalações do Instituto Paranaense, inicialmente sem mobiliário e sem modelos por falta de verba (DIEZ, 1995).

<sup>4</sup> O pintor norueguês Alfredo Andersen se instalou no Brasil na última década do século XIX, no litoral do Paraná. Em 1902 mudou-se para Curitiba e passou a ministrar aulas de desenho e pintura em atelier próprio. Foi considerado o “pai da pintura paranaense” pelo crítico Carlos Rubens (1995).

fato de que as imagens e os conteúdos das revistas veiculavam e reforçavam esquemas de comportamento como a moda e os novos hábitos de lazer da vida urbana naquele momento.

A segunda dimensão moderna da experiência perceptiva ia se constituindo a partir do próprio contato visual com as revistas, gerando novos esquemas de gosto pela assimilação de novos traçados, estilos e sutilezas visuais advindos tanto do projeto gráfico quanto das inovações nas técnicas de reprodução de cores e imagens, ou seja, diz respeito à experiência de apreciação formal de um produto ligado à vida moderna. Ainda nesse viés, situa-se a terceira dimensão a ser destacada nas imagens, especialmente das que eram despojadas de função publicitária: trata-se do caráter metalinguístico, enfatizado na produção artística moderna, quando a imagem fala de si própria enquanto linguagem. Traço que marcou a produção de vários artistas de vanguarda noutros centros, a metalinguagem, em Curitiba, aparece antes nas imagens de revistas do que nas artes plásticas. Essas três dimensões coexistem e se sobrepõe, ora mais enfáticas, ora menos, participando da edificação da modernidade visual em Curitiba.

Antes de adentrarmos nessas questões por meio da observação de uma seleção de imagens publicadas em Curitiba nas primeiras décadas do século XX, porém, serão apresentadas algumas considerações acerca do contexto de produção visual existente na cidade naqueles anos.

### **Artistas, caricaturistas e o meio de arte curitibano entre 1900-1920<sup>5</sup>**

*A arte só é suportável, depois que atinge um certo grau de aperfeiçoamento. O Paraná de vinte anos atrás, pouco ou nada cuidava de Pintura e de Música. Somente havia algo de Literatura (MUNHOZ, 1922, 58).*

As palavras acima foram publicadas no jornal *Gazeta do Povo* no ano de 1922, pelo então estudante de direito Laertes Munhoz, numa matéria que incluía uma série de anotações sobre o meio artístico curitibano. Tratava-se de um texto longo, ocupando cinco páginas do duplo tabloide, no qual Munhoz falava de teatro, pintura, artes gráficas e música. Para estruturar seu discurso, o autor elegeu alguns artistas como exemplo do que se produzia na cidade em cada uma dessas áreas artísticas. A tônica geral do texto era laudatória e perpassada de um sentimento progressista, visível nos argumentos de que Curitiba era uma cidade em desenvolvimento, e que “*agora*” (em 1922) há arte, diferente de vinte anos antes, quando o Paraná “*pouco ou nada cuidava de Pintura*”. O sentimento progressista também se fazia ver na previsão de desenvolvimento rumo a um estágio melhor, ou mesmo na estratégia de comparação com a produção artística em outras capitais brasileiras:

*Curityba pode ser um meio artístico mediocre. O que se lhe não nega, é uma grande superioridade sobre outras capitaes do sul. Florianópolis e Porto Alegre não tem a cultura da capital paranaense. Aliás, em Florianópolis, só há um pouco de música e Porto Alegre não é muito dada às cousas d'Arte. Mesmo no norte do paiz, poucos são os centros artísticos superiores a Curityba. Recife e Salvador, as duas grandes capitaes dos mais cultos Estados nortistas, teem uma cultura quasi nada mais elevada do que a nossa. Em compensação, confrontando-se Curityba com São Paulo e Rio de Janeiro, experimenta-se uma espécie de desânimo, porque esses dois centros que são verdadeiramente cultos, estão muitas e muitas vezes acima. (MUNHOZ, 1922, 62)*

A despeito do reconhecimento de uma “*mediocridade*” do meio artístico local de então, há uma tentativa de localizar o ponto de desenvolvimento cultural da cidade num quadro que situe sua produção positivamente, a partir de balizas que lhe sejam equivalentes e que permitam ajuizar a arte feita em Curitiba como “*elevada*”: “*E penso, em todo caso, que não devemos julgar Curityba em relação com São Paulo e Rio. Julguemo-la ao lado de Recife e Salvador, e teremos a certeza de que a capital do Paraná não é, assim, tão atrasada*” (MUNHOZ, 1922, 62).

---

<sup>5</sup> Este trecho é uma adaptação do capítulo de livro publicado na coletânea “*Sentimentos na História*”, em 2012, incluído na lista de referências bibliográficas. (KAMINSKI, 2012).

Independente do teor laudatório, o balanço realizado por Laertes Munhoz em 1922 fornece alguns subsídios para compreender a rede de relações que se formaria ao longo das duas primeiras décadas do século, mais exatamente a partir da chegada do pintor norueguês Alfredo Andersen na cidade. Segundo Munhoz, a formação de uma “razoável produção em arte” na capital paranaense somente teria acontecido ao longo das duas primeiras décadas do século XX. Mas apesar de reconhecer uma ampliação no número de artistas na cidade, Munhoz a considerava ainda muito carente no que diz respeito à fruição de arte: “Curityba, não obstante ser uma cidade adeantada, é ainda um meio hostil às festas do espírito. Um pintor, um músico, um escriptor, não conta com muita gente a admirar-lhe” (MUNHOZ, 1922, 60). Os artistas locais até produziam, mas, ao que parece, não havia público preparado para apreciar suas obras.

Especificamente quanto à área visual, o texto de Laertes Munhoz desdobra-se em dois momentos: um comentando a pintura, outro elogiando as artes gráficas e os ilustradores de revistas. Assim, se as ilustrações das revistas chegavam ao público pela via do entretenimento e da publicidade, fazendo assentar um gosto visual a partir de suas diagramações, ornamentos e ilustrações, um dos problemas enfrentados pela pintura seria justamente o despreparo do público para lidar com os rituais sociais de produção, exibição e consagração de obras de arte. A descrição de Munhoz dá claros indícios da fragilidade do meio artístico curitibano nesse aspecto:

*Com a pintura, dá-se também um facto interessante. O pintor expõe. Consegue uma ligeira crítica sobre os seus quadros, com alguns amigos que trabalham no jornal. Um ou outro visitante aparece no salon. Vê os quadros, corre os olhos no catálogo, passeia a sala, improvisando ares de entendido. Depois vae ao livro de visitas, rubrica uma assignatura, como elle nunca imaginara e sahe. O pintor olha para tudo isso com uns olhos desconsolados de artista que não perde a esperança, apesar de tudo (MUNHOZ, 1922, 58).*

Elementos como “catálogo”, “livro de assinaturas”, bem como o próprio termo *salon* são oriundos de uma tradição secular de exibição da produção artística nas academias europeias, e que em Curitiba somente desde o final do século XIX começaram a ser esboçados. Ainda assim, com precariedade. Cumpre notar que a Curitiba do início do século XX era uma pequena capital de um Estado emancipado há meio século. Habitada sobretudo por colonizadores europeus ligados à agricultura e com alto índice de analfabetismo, sua economia era baseada na produção e beneficiamento de erva-mate – atividade a partir da qual se daria o desenvolvimento industrial do Paraná, e que também provocou um processo de urbanização e aumento populacional no Estado.

Apesar da sustentação agrícola para a economia – tanto local quanto a nacional –, a expansão econômica promoveu mudanças significativas em Curitiba desde fins do século XIX. Com a intensificação do processo imigratório, a população da capital dobrou em duas décadas: de 24.453 habitantes contabilizados em 1890, passou-se a 60.800 em 1910 (PEREIRA, 2002, 59).

Nesse quadro de expansão repentina, passou-se a aspirar características de uma cidade grande, dentre as quais a produção de arte e o debate em torno da mesma. Porém, se até aquele momento a cidade não possuía um meio artístico profissionalizado, muito menos havia uma tradição voltada à produção e discussão estética.

Afora a iconografia esparsa produzida por artistas viajantes (como Debret e Leon Pallière) e engenheiros que passaram pelo Paraná ao longo do século XIX (os engenheiros Joseph e Franz Keller, por exemplo), até meados dos anos 1880 não havia sequer ensino de artes na cidade. A partir da década de 1880 é que começaria a se formar, em Curitiba, um espaço para produção visual, por meio da chegada de alguns europeus que atuavam na área: o fotógrafo H. A. Volk, que montou um estúdio à rua do Imperador; o litógrafo catalão Narciso Figueras, que passou a ensinar a técnica da litografia para alguns aprendizes em sua oficina gráfica; e o português Mariano de Lima – que veio a Curitiba em 1884 para fazer a cenografia do Teatro São Teodoro e acabou se instalando na cidade. Logo conseguiu apoio do governo estadual para abrir uma escola de ensino de artes – *A Aula de Desenho e Pintura* –, abrindo uma senda para a formação de um interesse pela arte e suas funções

sociais. Conforme depoimento de seu aluno Silveira Neto, a presença de Mariano “valeu como ponto de partida para acordar no meio provinciano o gosto pelas artes plásticas” (SILVEIRA NETO, 1941, 144). Partiram dele os primeiros esforços no sentido de promover exposições, comercialização de trabalhos artísticos (na livraria Cunha e Requião), conquistar as primeiras bolsas de estudos para estudantes de Arte (no Rio de Janeiro e no exterior) e até mesmo a publicação do jornal *A Arte*, em 1888. Finalmente, em 1902, a chegada do norueguês Alfredo Andersen, detentor de uma fina erudição pictórica construída durante os anos em que frequentou a Academia Real de Belas Artes de Copenhague, veio trazer nova coloração à produção visual na cidade. Foi ele o primeiro artista a expor individualmente em Curitiba, no ano de 1902, quando também passou a ministrar aulas de desenho e pintura em ateliê próprio.

É a partir desse momento – de 1902 até 1922 – que se condensam as observações de Laertes Munhoz, nas anotações que publicou na *Gazeta do Povo* por ocasião do centenário da Independência. Expondo as dificuldades de obtenção de reconhecimento público por parte dos artistas, bem como as divergências de opiniões em relação ao lugar conquistado por Andersen no cenário da pintura curitibana ao longo daquelas duas décadas, Munhoz acaba por fornecer um panorama sobre a fragilidade das relações profissionais e a ausência de critérios claros para julgar a arte produzida então.

Ele enfatiza o paradoxo entre a aspiração por uma arte “elevada” por parte dos moços talentosos e as condições contextuais, que descreve como um solo “árduo para se fazer arte pela arte”. Menciona que a literatura é mais desenvolvida do que a pintura, mas afirma que “não faltam pincéis de valor” para pintar “os arredores de Curitiba, tão verdes e tão calmos”. Aliás, ao se referir às qualidades da pintura local, sempre enfatiza o tema (natureza, vegetação, pinheirais) antes de mencionar quaisquer aspectos técnicos ou estilísticos. Ao apresentar uma lista de pintores atuantes na cidade, fala com louvor de um discípulo de Andersen, Lange de Morretes, “o pintor arrojado dessas maravilhas” que estudara alguns anos na Alemanha. Também dedica algumas linhas a outros alunos de Andersen, como Ghelfi, Freyesleben, Gustavo Kopp e Maria Amélia Assunção, destacando as exposições realizadas pelos últimos três. Refere-se, por fim, à publicação de comentários sobre as exposições no jornal *Commercio do Paraná*, redigidos pelo Dr. Phamphilo d’Assunção. Todos esses aspectos indicam a existência, ainda que sutil, de uma série de mecanismos de exibição e validação da arte produzida na cidade, aos moldes do funcionamento do campo artístico europeu e mesmo de outras capitais brasileiras.

Quanto às artes gráficas, Munhoz destacava a expansão das revistas ilustradas em Curitiba – tais quais *O Olho da Rua*, *Cinema*, *A Bomba*, *Revista do Povo*, entre outras –, e a atuação dos caricaturistas como Mário de Barros, Aureliano Silveira e Alceu Chichorro.

Basicamente, o modelo dos periódicos locais originava-se dos periódicos europeus. Desde os assuntos veiculados até os recursos mais usuais de diagramação, ornamentação e estilo gráfico. A referência para os editores curitibanos eram as revistas e jornais franceses, ingleses ou alemães. Dentro os artistas gráficos atuantes na cidade, Munhoz dá destaque às caricaturas feitas por Aureliano Silveira<sup>6</sup>, a quem muito enalteceu, chegando a equipará-lo à elegância e leveza das obras de caricaturistas franceses, tais quais Coran d’Ache, Leandre Bouchot, Bourdet, Henry Monier e Gilbert Martin. Dizia:

---

<sup>6</sup> Aureliano Silveira, o “Sylvio”, nasceu em Morretes, Paraná, em 1879. Foi um dos mais frequentes ilustradores de revistas no começo do século XX em Curitiba. Segundo conta o historiador Newton Carneiro, Aureliano frequentou aulas de desenho e modelagem na Escola de Mariano de Lima, em Curitiba, e logo depois se interessou por litografia e xilografia. Passou a trabalhar na *Litografia do Comércio*, de propriedade do gravador e ilustrador Narciso Figueiras, que iniciou Aureliano na caricatura. Aureliano também trabalhou como tipógrafo nos jornais *Diário da Tarde* e *A República*. Colaborou como ilustrador em diversos periódicos ilustrados, entre os quais se destacam: *A Bomba* (1913); *O Olho da Rua*; *Cinema* (1909); *O Flirt* (1919) e *Revista do Povo* (1916-1920) – da qual foi um dos editores. (ARAÚJO, 2006, 51).

*Aureliano Silveira tem no seu traço essa feição do traço francez, é pleno de ironia, de perfídia e abusa do ridículo, mas com elegância, refinamento, delicadamente. Em tudo o distinto artista vê um motivo para dar vazão ao seu espírito crítico.* (MUNHOZ, 1922, 61)

Todavia, quando se observa as imagens que Aureliano publicava nas revistas curitibanas [figura 1], ressalta-se o aspecto ligeiramente ingênuo das suas caricaturas, ficando evidente um exagero nos elogios tecidos por Munhoz.

É bem compreensível, historicamente, que naquele contexto de expansão e popularização das revistas brasileiras de humor, o lugar social do caricaturista passasse a ser valorizado como um “formador de opinião”, ou de um agente cultural no sentido já exposto por Elias Tomé Saliba: a “figura típica do humorista” no interior da *intelligentsia* brasileira da época (SALIBA, 2002: 69-70). Desse prisma, quando Munhoz situava Aureliano no interior dessa nova categoria de profissionais urbanos, buscava valorizar, a um só tempo, o artista gráfico e a “modernidade” da cidade na qual ele atuava. Um dos aspectos que atestava essa modernidade era a expansão da comunicação visual urbana, articulada à expansão da indústria gráfica e à gradual profissionalização em torno da imprensa ilustrada. Tais signos modernos – numa cidade em crescimento, que não chegava a ter nem 100 mil habitantes e era precária em termos artísticos – eram geralmente vestidos por roupagens rústicas, ingênuas, no que tange às características estilísticas dos desenhos, seja no caso de Aureliano, seja no traço de outros ilustradores cuja identidade hoje é desconhecida, que se encarregaram de estampar as páginas das revistas curitibanas com imagens da vida fugidia<sup>7</sup>.

### **Imagens de vida, imagens de arte: o moderno nas páginas das revistas curitibanas**

Ao mesmo tempo em que o meio artístico custava a se firmar em Curitiba, nas primeiras décadas do século XX foram editadas dezenas de revistas na cidade. Boa parte delas contém imagens produzidas por ilustradores, gravadores e fotógrafos que foram ocupando esse novo espaço de profissionalização que se expandia: a imprensa ilustrada. Apesar das visíveis diferenças entre os grupos de revistas existentes na cidade naquele período (revistas literárias, revistas de humor e revistas de variedades/publicitárias)<sup>8</sup>, todas elas concorriam, à sua maneira, na formação de novos esquemas perceptivos, tanto por meio de suas características visuais quanto pelo tipo de assunto que representavam.

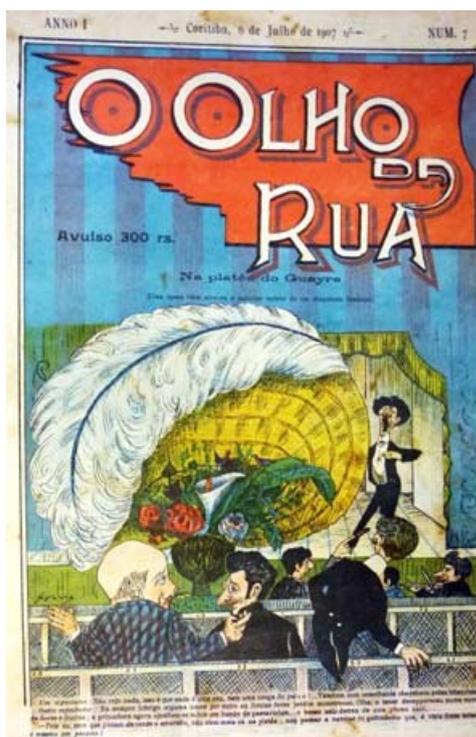
Se o intuito deste texto é discutir o caráter moderno das imagens publicadas em tais revistas, vejamos como isso se processa a partir de três dimensões. A primeira delas diz respeito aos novos hábitos de vida urbana que se difundiam naquele momento, e que as revistas ajudaram a construir e reproduzir por meio de suas imagens. Como foi dito no início do texto, esta dimensão refere-se à veiculação e ao reforço de esquemas de comportamento como a moda e os novos hábitos urbanos de consumo cultural que se conformavam naquele momento. E isso se processava, em Curitiba, ao mesmo tempo em que se expandiam as revistas ilustradas. Deste modo, constata-se que elas participaram ativamente de tais transformações, não apenas como veículos de ideias prontas, mas como partícipes da constituição desses novos comportamentos urbanos. Assuntos como vestuário e acessórios pessoais, as salas de espetáculos, os cafés, os parques de diversões, o cinema, são anunciados, exemplificados e até mesmo ironizados por meio das imagens de revistas. Se isso tudo passa a estar à disposição dos moradores de Curitiba naquele momento, também se torna, não raras

---

<sup>7</sup> Há dezenas de pseudônimos encontrados junto às charges, cartuns e logotipos das revistas curitibanas entre 1900-1920. No entanto, poucos desses ilustradores podem ser identificados ou têm seus nomes conhecidos. Destacam-se, além de Aureliano, o Mário de Barros (que assinava como “Herônio”), o Euclides Chichorro (que usava os pseudônimos “Paulo” ou “Félix”), o Alceu Chichorro (“Eloy”) e o Darvino Saldanha (“Célio” ou “K. Brito”). Para exemplos visuais dos trabalhos desses ilustradores, consultar o site resultante do projeto de pesquisa “Revistas Curitibanas: 1900 a 1920”, coordenado por mim e realizado com apoio financeiro do CNPq: <<http://www.revistascuritibanas.ufpr.br/ilustradores.php>>.

<sup>8</sup> Sobre essa tipologia das revistas editadas em Curitiba naquele começo de século, ver: KAMINSKI, 2010.

vezes, uma “obrigação” enquanto comportamento ao qual seria preciso se ajustar para participar de uma suposta “identidade urbana” e “cultura”.



**Figura 1:** *O Olho da Rua*, n. 7, Curitiba, jul./1907. Ilustração: Sylvio (Aureliano Silveira).

A imagem feita por Aureliano Silveira para uma das capas da revista *O Olho da Rua* [figura 1] satiriza essa situação em que se privilegia o evento social, a moda e até um gosto “duvidoso”, em detrimento da apreciação estética pautada em diretrizes artísticas: o chapéu da madame ao centro da página é tão espalhafatoso que simplesmente impede a visão do palco para quem senta nas fileiras atrás dela. Enquanto um dos espectadores se levanta e se torce numa posição sem conforto para tentar assistir ao espetáculo, alguns se contentam em simplesmente conversar, como se “estar ali” já bastasse. O importante era fazer-se ver nos ambientes da moda e fazer-se ver utilizando os acessórios em voga.

Essa transformação de produtos de “arte” (tal qual o espetáculo teatral) em mercadoria ao alcance dos consumidores não se dava apenas no âmbito das imagens coloridas das revistas, do vestuário e do entretenimento nas casas de diversões. A produção e a comercialização de pinturas que, como vimos, era um hábito recente e tímido em Curitiba, também foi ironizada pelos ilustradores enquanto produto de consumo comparável a sapatos ou outros acessórios, como pode ser observado na figura 2.



**Figura 2:** *A Bomba* n.20-21. Curitiba, 31 dez/1913.

- São muito caros os seus quadros! Vinte e dois mil reis os dois!  
- Acha que são caros? Pois é o preço de um par de botas.

A imagem evoca o tema do mercado da arte em tom satírico. O pintor é representado como um *dândi*, com estilo afrancesado (pelas vestes e pelo bigode fino ajeitado com as pontas para

cima), enquanto o comprador apresenta traços de um homem rico, pois bem vestido, mas mestiço (era recorrente, na caricatura, representar pessoas de pele morena com lábios grossos e vermelhos), provavelmente brasileiro. Para negociar com ele, o pintor não recorre às supostas qualidades estéticas de sua pintura, mas estabelece uma comparação com preços de outros produtos, uma linguagem que o consumidor entende. Se fôssemos tentar entender como era o consumo de arte naqueles anos através das representações de quadros que existem na charge, teríamos poucos subsídios para realizar esta análise, pois todas as “telas” estão estilizadas em traços rápidos. É possível notar, apenas, que se tratam de paisagens, naturezas mortas e animais, ou seja, gêneros tradicionais da pintura, mas não há como pensar na questão da fatura, acabamento, pinceladas, etc. A charge, entretanto, pelas suas próprias características visuais, informa sobre os valores de consumo visual que se difundiram entre o público consumidor das revistas – o mesmo público que frequentava as sessões de cinematógrafo e as *soirées*. O estilo da imagem (a charge) é claramente referenciado nas artes gráficas do *art nouveau* europeu<sup>9</sup>, com as figuras delineadas por contornos delicados e por massas planas de cor, eliminando degradês ou simulação de volume nas roupas, pele e cabelo dos personagens. Os espaços da imagem são preenchidos ora por cores puras, ora por texturas lineares, valorizando o aspecto bidimensional do papel. A limitação da impressão às três cores primárias intensifica o aspecto de estilização.



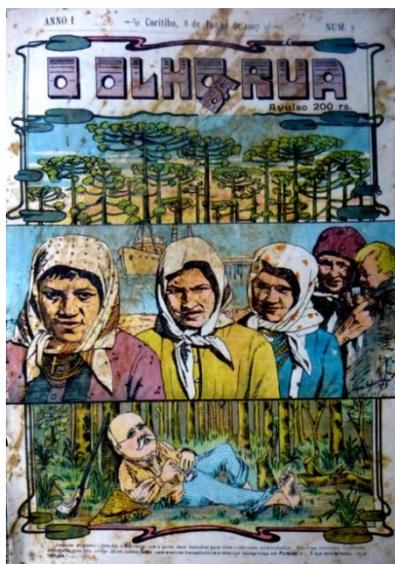
**Figura 3:** Logotipos das revistas *A Carga* (1907); *Cinema* (1909) e *Fanál* (1913).

Ora, estes aspectos nos remetem à segunda dimensão do moderno acerca da qual intentamos falar: aquela que se refere ao próprio contato visual com as revistas, gerando novos esquemas de

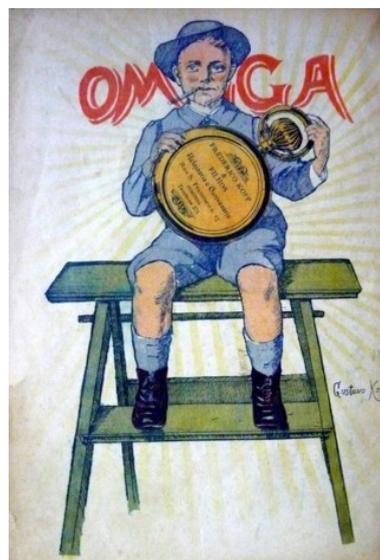
<sup>9</sup> O estilo *art nouveau* se originou na Bélgica com a arquitetura de Victor Horta, mas foi na França que adquiriu status entre os consumidores de objetos de ostentação, e de lá logo se espalhou internacionalmente pela Europa e Estados Unidos, com manifestações também no Brasil. Ver: CARDOSO, 2008; e DEMPSEY, 2003.

gosto pela assimilação de novos traçados, estilos e sutilezas visuais advindos tanto do projeto gráfico quanto das inovações nas técnicas de reprodução de cores e imagens, ou seja, a percepção dos elementos formais das revistas. Isso ocorria tanto pelos aspectos visuais de charges com conteúdo narrativo, como as das figuras 1 e 2, quanto pelas imagens ornamentais ou logotipos que evocam estilos europeus, como nos exemplos observáveis na figura 3, em que se vê a aplicação de tipografia *art nouveau* nas revistas curitibanas de humor *A Carga* (1907) e *Cinema* (1909), e ornamentação floral com elementos orgânicos no logotipo da revista literária *Fanal* (1913).

No caso europeu, seria justamente contra essa “acomodação” a um esquema gráfico, cômodo, sinônimo de anestesia e falta de consciência histórica por parte dos consumidores de “estilos”, que as vanguardas estéticas passariam a se manifestar. Em Curitiba, porém, na ausência de um meio artístico, não havia quem questionasse ou apresentasse outras propostas diferentes daquelas que as revistas representaram. Até mesmo o respeitado mestre de pintura Alfredo Andersen colaborou esporadicamente com ilustrações para revistas [figura 4], e alguns de seus alunos curitibanos se dedicaram ao desenho de humor ou produziram imagens para anúncios [vide figuras 1, 5 e 6]<sup>10</sup>.



**Figura 4:** *O Olho da Rua* n.5, 8/jun/1907. Capa com ilustração de Alfredo Andersen em homenagem aos imigrantes.



**Figura 5:** *A Rolha* n.14, primavera 1908. Ilustração de Gustavo Kopp, aluno de Andersen.

As imagens acima, aliás, remetem a um “não lugar”, por não constituírem nem um trabalho de arte no sentido tradicional, nem bem se adequarem ao estilo gráfico das revistas, ficando a meio caminho entre a representação “naturalista” e a caricatura. Todos esses aspectos que dizem respeito às condições sociais e materiais de produção de artefatos visuais estão imbricados à formação de esquemas de juízo estético. As práticas artísticas incipientes e a pouca valorização das artes visuais em Curitiba atestam a fragilidade de quaisquer juízos que pudessem vir a subsidiar, na cidade, debates sobre as especificidades do visual, conforme se processava nas vanguardas do além mar. Portanto, é bem compreensível que se tomassem da Europa os modelos decorativos de maior aceitação entre o público amplo, leitor de revistas e apreciador dos anúncios ilustrados.

Quanto à terceira dimensão moderna dessas ilustrações, refere-se especialmente àquelas despojadas de função publicitária ou de sátira social. Quando libertas dessas funções, muitas imagens passam a falar de si mesmas enquanto linguagem, num processo metalinguístico. Traço

<sup>10</sup> Silveira Neto e Alceu Chichorro (Eloy) foram alunos de desenho Alfredo Andersen (figuras 1 e 6). Seu discípulo de pintura Gustavo Koop também fez ilustrações para publicidade, como visto na figura 5.

que marcou a produção de vários artistas de vanguarda noutros centros, a metalinguagem, em Curitiba, aparece antes nas imagens de revistas do que nas artes plásticas.



**Figura 6:** “Será verdade?” Humor visual de Alceu Chichorro (Eloy) na *Revista Jazz*, 10.07.1926.  
- *Estou certa de que os leitores estão torcendo para que eu tire este espelho da minha frente!...*



**Figura 7:** Magritte, René.  
*Liaisons dangereuses*, 1926.

Um exemplo interessante é o humor visual produzido por Alceu Chichorro, o “Eloy”, na figura 6. A moça que percebemos nua na imagem tem boa parte do seu corpo recoberto pelo espelho que está à sua frente. Ela não apenas mira-se no espelho, mas envolve-o com a mão, como se abraçasse a sua própria imagem, sugerindo que idealizemos a parte que está oculta pela cor preta da forma elíptica. O que ela e o cãozinho observam – a suposta imagem do corpo refletida no espelho – é o foco de interesse, é disso que a imagem trata. Para reforçar esse conteúdo semântico, o texto que acompanha a imagem sugere que a personagem fala diretamente com o leitor, seu *voyeur*.

Interessante observar que a imagem humorística de Alceu Chichorro é contemporânea às produções de Magritte, na França. Magritte explorou, em suas obras, o caráter metalinguístico das imagens<sup>11</sup>, e sua obra *Liaisons dangereuses* [figura 7] apresenta algumas características de composição muito parecidas com a imagem da revista *Jazz*. A moça supostamente nua segura um espelho à sua frente, tapando todo o seu tronco. A grande diferença entre as duas figuras é que na pintura de Magritte a personagem vira o espelho para o observador, oferece a ele a imagem de seu corpo que estaria ali refletida. Assim como a imagem não é aquilo que representa, mas se coloca em seu lugar enquanto signo, num processo de substituição (um presente que representa um ausente). Não vemos diretamente o corpo, vemos seu reflexo. Entretanto, ao observar melhor essa ironia visual de Magritte, percebe-se que ela não nos oferece o reflexo da parte frontal do corpo da moça, e que supostamente é o que contém o espelho da peça gráfica feita por Chichorro, e o que atija a curiosidade do leitor. Aqui, no espelho de Magritte, discretamente o que ele mostra é a parte dorsal da moça que segura o espelho, ou seja: o que estaria contido na parte de trás da tela caso a moça não fosse uma imagem, e sim um corpo de verdade, tridimensional. Tanto um quanto outro trazem a metalinguagem como assunto central: imagens ativam nossa imaginação mas não passam de imagens, distinguindo-se daquilo que representam.

No caso de Chichorro, ele também faz uso de palavras para ativar o efeito metalinguístico, enquanto a pintura de Magritte é “muda”. Ao mesmo tempo, a moça na pintura de Magritte tem os

<sup>11</sup> Para maiores informações, ver: RENÉ MAGRITTE, 1969.

olhos baixos e parece timidamente ocultar o seu rosto do olhar do espectador – diferente da garota do cartum feito por Chichorro, que parece não ter pudor ao provocar o leitor por meio de palavras.

Num âmbito mais amplo, pode-se dizer que o caráter metalinguístico está presente nas imagens de revistas curitibanas do início do século XX pelo próprio aspecto estilizado dos cartuns e charges, que chamam a atenção para si enquanto código e enquanto estilo, não pretendendo reproduzir a realidade tal qual é, e sim apontar para suas próprias distorções, limites e possibilidades enquanto linguagem. Ou seja, nem todas as imagens de revistas trazem a metalinguagem como “assunto” ou tão explicitamente como é o caso desse exemplo da peça gráfica feita por Chichorro. Mas a linguagem visual cartunizada daquelas revistas é, por si só, potencialmente metalinguística, afinada com a fragmentação, velocidade e deslocamentos de sentidos que se tornavam cada vez mais latentes na produção cultural daquelas décadas.

### **Considerações finais**

Todas essas dimensões modernas perceptíveis nas imagens de revistas aqui tomadas como exemplo – a temática da modernidade urbana, a visualidade gráfica e a metalinguagem – aparecem em muitas outras, em menor ou maior grau, e participam da edificação de novos modos de ver, perceber e pensar na Curitiba das primeiras décadas do século XX.

Para finalizar, vale ressaltar a articulação de algumas características relativas às revistas ilustradas que concernem à realidade sociocultural da cidade, e que interferem no lugar social ocupado pelas próprias revistas. Primeiro, o seu caráter experimental, similar ao que ocorria em diversas outras cidades brasileiras, e a existência efêmera de boa parte desses periódicos. Alguns tiveram não mais que duas ou três edições. Outras duraram meses ou, quando muito, dois ou três anos, muitas vezes financiados pelos próprios editores.

Segundo, a carência de profissionais especializados na produção de imagens, numa cidade em franco crescimento, mas carente de um meio artístico. Assim, de forma incipiente, iam sendo ocupados os novos espaços híbridos de atuação profissional que surgiam atrelados à expansão da imprensa e das técnicas de produção e reprodução de imagens. Tais espaços foram ocupados por agentes que transitaram entre as artes visuais, a literatura e a imprensa, tradicionalmente envolvidos na formação da opinião pública. E o humor, naquelas décadas iniciais do século, foi tido como uma forma de opinar, em especial pela sua potencialidade de deslocar sentidos. Sobre isso, Saliba (2002: 32) afirma que pelas próprias características de concisão, condensação e simultaneidade típicas das representações humorísticas, estas foram usadas, ao mesmo tempo, tanto para construir tipos visuais e verbais quanto para destruir, modificar e desmistificar estereótipos.

Por fim, não se pode deixar de mencionar a nítida e gradual expansão da lógica publicitária como suporte financeiro para a existência das revistas, imbricada ao uso das imagens com finalidade de ampliar o público leitor. Sob os disfarces do embelezamento, da riqueza gráfica das revistas coloridas, do caráter didático dos anúncios ilustrados, e mesmo das imagens que mostram a cidade com suas praças, construções modernas, lojas, senhoras elegantes, *smarts*, salas de cinema, etc., a lógica publicitária foi ganhando espaço ao longo daquelas décadas e se fortalecendo como pilar de sustentação dos meios impressos.

Desta forma, pode-se afirmar que as experiências estéticas promovidas pelos aspectos visuais das revistas ilustradas nas primeiras décadas do século XX, bem como os modelos de consumo cultural que elas ajudavam a edificar e a difundir, reiteravam os ideais de modernidade que chegavam da Europa colocando-os como valores a serem conhecidos, desejados e ressignificados, tanto pelos produtores de imagens quanto pelo público leitor das revistas curitibanas.

### **Referências bibliográficas:**

- ANTÔNIO, Ricardo Carneiro. *A Escola de Alfredo Andersen – 1902-1962*. Dissertação de Mestrado em Educação. UFPR, Curitiba, 2001.
- ARAÚJO, Adalice. *Dicionário das artes plásticas no Paraná*. Curitiba: Ed. do Autor, 2006.
- CARDOSO, Rafael. Formação da comunicação visual moderna. In: *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2008.
- DEMPSEY, Amy. *Estilos, escolas & movimentos*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- DIEZ, Carmem Lúcia Fornari. *Mariano de Lima: um olhar para além da modernidade*. Digit., 57 fl. Museu Alfredo Andersen, Curitiba, 1995.
- KAMINSKI, Rosane. A presença das imagens nas revistas curitibanas. *Revista Científica da FAP*. Curitiba, v.5, p.149-170, jan./jun. 2010.
- \_\_\_\_\_. Gosto brejeiro: as revistas ilustradas e a formação de juízos estéticos em Curitiba (1900-1920). IN: BREPOHL, M.; CAPRARO, A.; GARRAFFONI, R. [orgs.]. *Sentimentos na história*. Curitiba: Ed. UFPR, 2012.
- MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1922)*. São Paulo: Edusp / Fapesp, 2008.
- MUNHOZ, Laertes. Alguns artistas paranaenses: anotações de Laertes Munhoz. *Jornal Gazeta do Povo*, Curitiba, 7 set. 1922, p. 58-62.
- PEREIRA, Luís Fernando Lopes. *O Espetáculo dos maquinismos modernos - Curitiba na virada do século XIX ao XX*. Tese de doutorado em História Social. USP: São Paulo, 2002.
- RENÉ MAGRITTE. Kestner – Gesellschaft Hannover. Katalog 3, Ausstellungsjarr 1969. Hannover, 1969.
- RUBENS, Carlos. *Andersen: Pai da Pintura Paranaense*. Curitiba: Fundação Cultural, 1995.
- SALIBA, Elias Thomé. *Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- SILVEIRA NETO. Artes Plásticas no Paraná. *Revista do Círculo de Estudos Bandeirantes*, Curitiba, tomo 2, n. 2, p. 141-162, jul. 1941.
- VELLOSO, Mônica Pimenta. Sensibilidades modernas: as revistas literárias e de humor na Primeira República. In: LUSTOSA, Isabel. (Org.). *Imprensa, História e literatura*. Rio de Janeiro: FCRB, 2008.