

Associação Nacional de História – ANPUH

XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA - 2007

O humor gráfico da década de 20: entre o art nouveau e o art deco

Marilda Lopes Pinheiro Queluz*

Resumo: O objetivo deste trabalho é estudar as representações de modernização presentes no humor gráfico da década de 20. As charges possuíam um caráter ambivalente e polissêmico, revelando a complexidade e a dinâmica dos processos de leitura do cotidiano. As caricaturas e charges são signos que refletem e refratam a sociedade, deixando entrever outras faces da modernização e do modernismo brasileiro, rearticulando as novas experiências urbanas e as novas percepções da cidade. Os desenhos de J. Carlos e Belmonte, por exemplo, consagraram a rapidez dos traços, reciclando e contaminando-se dos discursos da ciência, da arte, da publicidade, da moda, do design gráfico, do teatro, da imprensa. As caricaturas pluralizaram os olhares sobre as mudanças sócio-culturais, as novas construções da imagem do feminino e masculino, reinventando as páginas das revistas nas fronteiras entre o art nouveau e o art deco.

Palavras-chave: caricatura, artes gráficas, história

Abstract: The aim of this work is to study the graphic humor and the representations of the modernization in the 1920s. Caricatures have an ironic nature and a dialogic point of view. They reveal the complexity and the dynamic process of reading the daily life. Caricatures and charges are signs which reflect and interact, simultaneously, with the society, showing the other faces of brazilian modernism, redesigning the new urban experiences and the new perceptions of the city. The works of J. Carlos and Belmonte, for example, retake and are influenced by the discourses of science, the language of art, publicity, fashion, graphic design, theater and press. These caricatures made a plural perspective about cultural changes, helping to build new images of the feminine and the masculine, reinventing the magazines pages between the art nouveau line and the art deco style.

Keywords: caricature, graphic art, history

Este trabalho faz parte de uma pesquisa mais ampla sobre humor gráfico, tecnologia e linguagens. O objetivo deste texto é estudar as representações de modernização da década de 20, considerando as interações entre a linguagem da caricatura e o contexto da época.

Desprezar o caráter de ambivalência e heteroglossia¹ das charges é deixar de lado elementos fundamentais que revelam a complexidade e a dinâmica dos processos de leitura do cotidiano. Parte-se do pressuposto que as caricaturas e charges são signos que refletem e

* Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Doutora em Comunicação e Semiótica – PUC-SP

¹ Ou plurilinguismo, no sentido em que Bakhtin o usa, como as várias vozes que se entrecruzam nos enunciados, num processo contínuo e multiforme. Ver FARACO, Carlos Alberto. *Linguagem & Diálogo: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin*, p. 56-57

refratam a sociedade. Com os signos “não somente descrevemos o mundo, mas construímos – na dinâmica da história e por decorrência do caráter sempre múltiplo e heterogêneo das experiências concretas dos grupos humanos – diversas interpretações (refrações) deste mundo” (FARACO, 2003: 50).

A caricatura do início do século, de um modo geral, voltou-se para a cidade, para os que nela viviam e transitavam, para as novas experiências urbanas, ajudando a re-elaborar os significados dessa modernização.

A década de 20, brasileira, teve uma modernização financiada, sobretudo, pela economia cafeeira que também vai apoiar o movimento modernista literário, artístico e arquitetônico. Havia um forte crescimento econômico e demográfico, e a paisagem urbana ganhava novos contornos entre o ecletismo dos casarões dos barões do café, as fábricas e a geometrização do art deco. Na multidão que se apropria do espaço urbano, destaca-se a presença de imigrantes, operários, homens e mulheres trabalhadores no contraponto à oligarquia do café. Numa conjuntura de pós-guerra, São Paulo tornava-se o exemplo de metrópole em desenvolvimento veloz, constituindo-se no centro dos negócios e da agitação política. Ainda sob os efeitos da greve geral de 1917, deu-se o início do tenentismo, a fundação do partido comunista, a revolta do Forte Copacabana, Mário de Andrade escreveu *A Paulicéia Desvairada*, Oswald de Andrade, Os condenados, foi fundada a revista Klaxon, num diálogo gráfico com o construtivismo russo, o futurismo e a bauhaus.

ALAMBERT & CANHÊTE (2004) mostram como as contradições e ambigüidades do modernismo nos anos 20, especialmente em São Paulo, já estão sugeridas nos comentários de Mário Pedrosa:

De um lado da cidade, nas “higiênicas” e europeizadas ruas dos bairros onde viviam os “barões do café” e seus protegidos (quase todos os artistas e intelectuais da época, desde ricos tradicionais, como Oswald, até pequenos burgueses remediados, como Mário de Andrade), ou no centro vivo e agitado (em que “se cheirava o café”, e seu dinheiro, pelas ruas, como escreveram em poemas distintos Oswald de Andrade e Sérgio Milliet), a semana foi pensada, com toda a sua ambigüidade entre o escândalo dândi e o corte profundo na cultura para a abertura do novo. Mas o negócio era “entre os mesmos”(…) Menotti del Picchia foi o único imigrante que “aristocratizou-se” o suficiente para participar da Semana de 22 e poder circular pelo cosmopolitismo aristocrático de Higienópolis.(p. 23)

Procurava-se construir uma imagem de modernidade, de progresso, de otimismo, e de cosmopolitismo. As inovações técnicas tornaram-se um forte recurso no desenho desta nova imagem da sociedade.

A energia elétrica e a intervenção crescente de todos os tipos de máquinas na vida cotidiana – bondes, automóveis, máquinas de costura e de escrever, telefones, telégrafos, cinematógrafos, fonógrafos, rádios, máquinas fotográficas, etc. – desestabilizam as antigas temporalidades, impõem a velocidade, o controle mais preciso do tempo, e, além disso, sugerem outra economia das linguagens e dos códigos, chamando os indivíduos a responder às exigências dos “novos tempos” (SCHPUN, 1999: 25)

As mudanças estavam presentes também na sonoridade, com o sucesso e a popularização de ritmos como ragtime, foxtrote, charleston, jazz, tango, maxixe e samba, que seduziam e ao mesmo tempo causavam espanto, parecendo às elites puritanas uma forma de expressão obscena. Numa mistura de exotismo e busca das raízes, esses ritmos propunham gestos e movimentos corporais que invadem os salões e contagiaram a moda.

As revistas de humor tiveram um papel fundamental nesses processos de modernização. Elas foram um espaço midiático de experimentação de linguagens, resgatando tradições orais e populares, reunindo fragmentos diversos da cultura. Evidenciaram as mudanças técnicas e as novas percepções, rearticulando a tradição dos pasquins, o desenho acadêmico marcado de sinuosidades do barroco, o ecletismo e o art *nouveau*, a colagem, a montagem, as sobreposições e justaposições do futurismo e do cubismo. Essas revistas interagiam com a construção do imaginário da época, no contexto das reformas e transformações urbanas, na fronteira entre o artesanal e a comunicação de massa.

O trabalho dos caricaturistas contribuiu para a formação de uma nova estética na publicidade, criando narrativas gráficas, às vezes através de painéis seqüenciais, demonstrando visualmente as vantagens e benefícios no uso dos produtos, inovando as possibilidades dos cartazes, anúncios, rótulos.

Os caricaturistas eram chamados inclusive para fazer as capas, as ilustrações, os anúncios, estando entre alguns dos nomes mais famosos Julião Machado, J. Carlos, Raul Pederneiras, K. Lixto, Belmonte. “O prestígio dos artistas era tanto que o sucesso das revistas ficou associado a eles e não aos redatores”. (ABRIL, 2000: 213-215).

A transformação estética influenciou e foi influenciada pelas mudanças industriais, pela invenção de novos recursos de impressão. O Art Nouveau estava ligado não só ao ecletismo arquitetônico, mas também à expansão da produção gráfica e do design de livros, revistas, cartazes, rótulos, embalagens, panfletos, cartões postais, etc

As mudanças de comportamento e de pensamento que dialogavam com as transformações da cidade foram traduzidas graficamente, com muito humor e ironia, evidenciando a diversidade, a discussão da identidade, o desejo de progresso, as novas relações entre homens e mulheres, na redefinição de seus papéis sociais.

Um exemplo, entre tantos, é a revista *A Maçã*, lançada em fevereiro de 1922, no Rio, dirigindo-se ao público masculino, procurando transgredir não apenas no texto, mas na diagramação, no uso das vinhetas, das fontes, da composição de desenhos e fotos. Com a presença de Andrés Guevara², o projeto gráfico se torna mais geometrizado, mais próximo da arte deco. Nestas novas proposições de leitura e de apropriação dos espaços visuais, é possível perceber, como afirma Haluch (2005: 120), que “uma questão determinante na configuração gráfica na década de 1920 é a experiência urbana.”

As charges e caricaturas de mulheres se multiplicam, assim como as seções femininas, denotando a efetiva participação das mulheres nas mais diversas esferas sociais, nos lares, nas ruas, nos bailes, no trabalho, etc. e ao mesmo tempo evidenciando o potencial de consumidoras.

As revistas femininas, fartamente ilustradas, tornavam-se vitrines dos padrões de beleza e de moda. Entre receitas e conselhos, mostravam-se os últimos lançamentos da moda especialmente francesa e as influências do cinema americano, construindo o ideal de beleza da mulher branca, loira, magra e jovem.

A moda, veiculada como um tema típico do universo feminino, procurava redefinir os signos de distinção, pois o maior poder aquisitivo das classes médias e a maior circulação de mulheres no espaço urbano, acabavam por criar outros parâmetros de reconhecimento e identidade. Os anos 20 consagraram os concursos de beleza e os desfiles de moda. O primeiro desfile de modas de São Paulo foi em 1927, no Mappin. (SCHPUN, 1999: 122-129)

Os novos comportamentos femininos, as novas posturas frente ao casamento ou à maternidade são ironizadas, mostrando simultaneamente o medo e a insegurança masculina quanto aos novos hábitos e tendências, destacando a atuação da mulher, sua participação nas decisões, dando a elas a responsabilidade pelas mudanças. Elas seguem, mas também inventam a moda.

² Este desenhista paraguaio trabalhou em *A Maçã* de 1923 a 1925, em sua primeira “temporada” no Brasil. Em 1926 passou a trabalhar no jornal *A Manhã*, até 1928. Colaborou com *O Malho*, *Para Todos*, *Jazz* e *o Cruzeiro*. No jornal *A Crítica*, foi também o responsável pelo design gráfico. Na Argentina desenhou para *El Clarin*. Participou do projeto dos jornais *A Folha Carioca* e *Última Hora*. Morreu em 1965, em Buenos Aires. (FONSECA, 1999: 242-243)

Se, de um lado, as charges de costumes funcionavam como estratégias discursivas nos processos de dominação e exclusão da mulher em diversos setores, por outro, a riqueza do próprio mecanismo da caricatura e da linguagem paródica, a ambigüidade e a ironia das imagens revelam também os questionamentos, as mudanças, as conquistas.

A própria figura da melindrosa carrega muitas contradições em seus traços e caracterização.

Símbolo da mulher sofisticada e adiante de sua época, ganhou vida no lápis de J. Carlos³, remetendo ao que seria a típica carioca da alta sociedade. Frívola e superficial, preocupada com a última moda, as aparências e o flerte, elegante e sensual, ingênua e esperta, sedutora e perigosa. Traz a imagem da mulher independente e liberada, civilizada, grã-fina, audaciosa e perspicaz, sem preocupações com o casamento, a maternidade ou o futuro, no domínio do espaço público, aproximando-se da prostituta na aparência e nos gestos, questionando a moral burguesa.

A melindrosa se tornou um ícone dos anos 20, com cabelos curtíssimos *à la garçonne* e o chapéu *cloche* (sino) bem enterrado, transitando entre as curvas sinuosas do art nouveau e o geometrismo do art deco, ao ritmo do jazz e do charleston.

Na revista *Para Todos*, criada em 1918, J. Carlos contribuiu com interferências gráficas, outras propostas visuais, outros modos de ler, inovando na composição, na diagramação, nas relações espaciais e temporais, apostando na rapidez da contemporaneidade, na limpeza e geometrização, dialogando com o cinema, os cartazes, a publicidade. Sintetizou a linha sinuosa e sensual com racionalidade, apelo visual e arte, dando visibilidade e materialidade à modernização.

As charges de Belmonte⁴ também tentaram captar esse outro perfil feminino que se delineava no cotidiano das grandes cidades. Em seus desenhos figuram as novas relações entre homens e mulheres, constituindo-se entre tensões e imposições culturais, preceitos e preconceitos morais, e abrindo espaço para questionamentos sobre a realidade presente. As

³ José Carlos de Brito e Cunha, mais conhecido como J. Carlos nasceu no Rio de Janeiro, em 1884. Em sua longa e produtiva carreira, colaborou em *O Tagarela* de 1902 a 1903, *A Avenida*, de 1903 a 1904, *O Malho*, *O Século XX*, *Leitura Para Todos*, *O tico-Tico*, *Fon-Fon!*, *Careta*, de 1908 a 1921 e de 1935 a 1950, *A Cigarra*, *A Vida Moderna*, *Eu Sei Tudo*, *Revista da Semana*, entre muitas. Foi diretor artístico das publicações da empresa *O Malho*, ilustrando *Para Todos*, *ilustração Brasileira*, *Cinearte*, por exemplo. Fez capas de várias revistas (*Cruzeiro*, *Fon-Fon!*, *A Nação*, *A Lanterna*, *A Noite*), publicidade, cartazes de propaganda e ilustração de livros. Morreu em 1950, em sua prancheta de desenho, em plena atividade. (FONSECA, 1999: 230-231)

⁴ Benedito Bastos Barreto, cujo pseudônimo era Belmonte, nasceu em São Paulo, em 1897 e tornou-se caricaturista, desenhista, pintor, escritor, jornalista e historiador. Fez trabalhos para as revistas *Careta*, *Revista da Semana*, *O Cruzeiro*, *Fon-Fon!*, mas sua carreira se firmou na *Folha da Noite*, de São Paulo, onde trabalhou de 1921 até o ano de sua morte, em 1947. (FONSECA, 1999: 238)

mudanças sócio-culturais, assim como a arquitetura, os ambientes e a decoração, os artefatos tecnológicos ficaram registrados graficamente nas ironias do cotidiano, brincando com as fronteiras entre o público e o privado. (Fig.1 e 2)



Fig. 1 – Belmonte – Frou Frou (1926)
“Por que fica triste?! Não crê no meu amor?
Creio. E é por isso mesmo que me entristeço...”
Fonte: Extraída de LAGO, 1999, p. 104



Fig.2 – Belmonte – Frou Frou (1925)
“Madame esqueceu-se que era casada”
Fonte: Extraída de LAGO, 1999, p. 103

Belmonte satirizou a própria arte, questionando a Semana de Arte Moderna (fig.3) e as novas propostas artísticas. Em uma charge de 1926, mostra um grupo de pessoas admiradas a originalidade artística de um chapéu e uma bengala que haviam sido deixados casualmente sobre uma escultura em um pedestal de uma galeria de arte. (LAGO, 1999: 105)



Fig. 3: Belmonte – Semana de Arte Moderna (1922)
Fonte: Extraído de LEMOS, 2001, p.57

A cidade, simultaneamente palco e personagem dessas transformações, é flagrada e reinventada nas revistas, revirada pelo avesso no traço dos caricaturistas. Ana Luiza Martins, referindo-se a São Paulo, destaca o papel que as revistas tiveram na construção da imagem de “cidade mercadoria”, mas, que se pode pensar também em relação ao Rio de Janeiro e a Curitiba, entre outros exemplos.

Uma imprensa vivaz, inovadora em seus segmentos, refletia a nova ordem política e a nova sociedade, trazendo um pouco de tudo. Publicações luxuosas, a serviço do sistema, eram subsidiadas pelo Poder, enquanto impressos mais modestos abriam caminho para grupos que buscavam sua representação: operários, tipógrafos, minorias étnicas, evangélicos e espíritas, a “classe caixeiral”, os grupos carnavalescos. Reciprocamente a cidade fez daquela imprensa, dotada de tantos recursos, porta-voz na divulgação de seus feitos, sua riqueza, seu progresso. Vendeu sua imagem, em cores, clichês, charges, rotogravuras, e deu sentido às temáticas das revistas; prestou-se idealmente aos revolucionários experimentos da arte gráfica e do impresso, enquanto se tornava o instrumento preferido dos donos do poder, magnificando-lhe as realizações. (MARTINS, 2001: 474)

A caricatura traz a possibilidade da ressemantização das práticas corriqueiras, da reconstrução dos sentidos nas relações com o outro, e com o mundo. O humor gráfico dos

anos 20 deu visibilidade a outras faces do modernismo brasileiro, deixando entrever a cidade e o cotidiano nos embates entre conservadorismo e vanguarda. Nos desenhos de J. Carlos e Belmonte, por exemplo, o humor se consagra na rapidez dos traços, reciclando e contaminando-se dos discursos da ciência, da arte, da publicidade, da moda, do design gráfico, do teatro, da imprensa. As caricaturas e charges pluralizaram os olhares sobre as mudanças sociais e culturais, a moda e a arte, as novas construções da imagem do feminino e masculino, reinventando as páginas das revistas nas fronteiras entre o art nouveau e o art deco.

Referências bibliográficas:

- ABRIL, Editora. **A REVISTA NO BRASIL**. São Paulo: Editora Abril, 2000.
- ALAMBERT, F. & CANHÊTE, P. **As bienais de São Paulo**: da era do museu à era dos curadores. São Paulo: Boitempo, 2004
- AMARAL, Aracy. **Artes Plásticas na Semana de 22**. São Paulo: Perspectiva, 1979
- BAKHTIN, M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002
- DENIS, Rafael C. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000
- FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo**: as idéias lingüísticas do Círculo de Bakhtin. Curitiba: Criar Edições, 2003.
- FONSECA, Joaquim da. **Caricatura**. A imagem gráfica do humor. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.
- HALUCH, Aline. A Maçã e a renovação do design editorial na década de 1920. In CARDOSO, Rafael (org.) **O design brasileiro antes do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005
- LAGO, Pedro Corrêa do. **Caricaturistas brasileiros**: 1836-1999. Rio de Janeiro: Sextante, 1999.
- LEMOS, Renato (org.) **Uma história do Brasil através da caricatura**. Rio de Janeiro: Bom Texto, Letras e Expressões, 2001.
- LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1963.
- LOREDANO, Cássio (org.) **J. Carlos contra a guerra**: as grandes tragédias do século XX na visão de um caricaturista brasileiro. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2000

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista**. Imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1922). São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo: Fapesp: Imprensa Oficial do Estado, 2001

QUELUZ, Marilda L.P. **Traços Urbanos**: a caricatura em Curitiba no início do século XX. São Paulo: PUC-SP, tese de doutorado.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. Memória e humor gráfico: caricaturas e releituras de Belmonte. In: QUELUZ, M. L.P. (org.) **Design & Cultura**. Curitiba: Editora Sol, 2005

SCHPUN, Mônica Raisa. **Beleza em Jogo**. Cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Boitempo Editorial/Editora SENAC São Paulo, 1999

SOBRAL, J. C. J. Carlos, Designer. In CARDOSO, Rafael (org.) **O design brasileiro antes do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005